

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования «Российская государственная  
академия интеллектуальной собственности»**

*На правах рукописи*

**Фролов Иван Владимирович**

**Правовое регулирование дистанционной торговли  
товарами и услугами в Российской Федерации**

Специальность 12.00.03 – Гражданское право, семейное право,  
предпринимательское право, международное частное право

Диссертация на соискание ученой степени  
кандидата юридических наук

Научный руководитель:  
кандидат юридических наук,  
доцент Леонтьев К.Б.

**Москва  
2018**

## Содержание

Введение	4
Глава 1. Понятие и особенности правового регулирования дистанционной торговли товарами и услугами	22
1.1. Дистанционная торговля товарами и услугами как экономическое и правовое явление	22
1.2. Система законодательства о дистанционной торговле товарами и услугами	37
1.3. Особенности правового регулирования электронной торговли и предоставления доступа к произведениям и объектам смежных прав как видов дистанционной торговли	45
Глава 2. Характеристика правоотношений, возникающих при дистанционной торговле товарами и услугами	54
2.1. Участники правоотношений в сфере дистанционной торговли товарами и услугами	54
2.2. Хозяйствующие субъекты и потребители как стороны правоотношений в сфере дистанционной торговли и предоставления доступа к объектам авторских и смежных прав	64
2.3. Договор, заключаемый дистанционным способом, как юридическое основание для приобретения товаров и оказания услуг	84
Глава 3. Проблема обеспечения прав потребителей в сфере дистанционной торговли товарами и услугами	97
3.1. Система правовых требований и ограничений при осуществлении дистанционной торговли товарами и услугами	97
3.2. Гражданско-правовая ответственность за нарушения в сфере дистанционной торговли товарами и услугами, в том числе связанными с использованием объектов авторских и смежных прав	112

Заключение	132
Список литературы	138

## Введение

### **Актуальность темы исследования.**

Появление новых форм оборота товаров и оказания услуг на потребительском рынке, обусловленное развитием современных информационно-телекоммуникационных технологий, создает новые возможности для осуществления предпринимательской деятельности, применения новых способов купли-продажи товаров и оказания услуг по предоставлению доступа к произведениям и объектам смежных прав.

В настоящее время во всех областях, в которых это возможно, хозяйствующие субъекты стремятся использовать для расширения своей деятельности различные варианты дистанционной продажи товаров и предоставления услуг.

Дистанционные формы реализации товаров и оказания услуг становятся все более привлекательными как для покупателей и пользователей объектов авторских и смежных прав, так и для продавцов товаров, содержащих такие объекты, и лиц, оказывающих услуги по предоставлению доступа к ним с использованием сети Интернет, сетей мобильной связи и иных телекоммуникационных средств. Происходит постоянный рост объемов дистанционной торговли и расширение возможностей доступа к произведениям и объектам смежных прав для юридических лиц и граждан-потребителей.

Отмеченные обстоятельства позволяют сделать вывод о важности дальнейшего развития правовой регламентации общественных отношений, связанных с осуществлением дистанционной торговли товарами и дистанционных способов оказания услуг.

Дистанционная торговля характеризуется разнообразием возникающих в процессе ее осуществления и связанных с ней правоотношений, включая отношения между различными группами потребителей, предпринимателей и

других категорий участников, отношения по осуществляемому уполномоченными органами регулированию деятельности в сфере дистанционной торговли и отношения по защите прав потребителей.

При реализации дистанционным способом товаров, содержащих объекты авторских или смежных прав, а также при оказании услуг по предоставлению доступа к таким объектам через сеть Интернет и с использованием иных современных телекоммуникационных средств важнейшее значение имеет соблюдение требований законодательства об авторском праве и смежных правах, а также усиление защиты прав авторов и правообладателей в случае нарушений интеллектуальных прав при осуществлении рассматриваемой деятельности.

В настоящее время отсутствует система нормативно-правовых актов, позволяющая в полной мере урегулировать различные по своему составу и характеру отношения, возникающие в сфере дистанционной торговли товарами и услугами. Изменения, вносимые в законодательные и иные нормативные правовые акты, не обеспечивают своевременного реагирования на проблемы, существующие в рассматриваемой области, а также не в полной мере учитывают накопленный в ряде зарубежных стран опыт правового регулирования отношений в сфере дистанционной торговли.

В действующих правовых источниках отсутствует согласованная терминология, используемая в отношении дистанционной торговли. Национальный стандарт ГОСТ Р 51303-2013 «Торговля. Термины и определения» рассматривает дистанционную торговлю как форму торговли, которая осуществляется без непосредственного ознакомления покупателя с товаром или его образцом до момента заключения договора купли-продажи и получения оплаты за проданный дистанционным способом товар. Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей» и Гражданский кодекс Российской Федерации (далее - ГК РФ) используют аналогичное по своей сути определение для термина «дистанционный способ продажи товара»,

устанавливаемое пунктом 2 статьи 497 ГК РФ и статьей 26.1 Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей».

Остаются открытыми вопросы о возможности применения положений о дистанционной торговле к сфере услуг и целесообразности развития такого подхода. Законодательством также уделяется недостаточное внимание учету особенностей дистанционной торговли товарами, содержащими результаты интеллектуальной деятельности, и услугами, связанными с созданием или использованием таких результатов.

Одной из проблем является отсутствие дефиниции понятия «мелкая бытовая сделка». Такие сделки являются наиболее характерными для дистанционной торговли, причем их стороной часто оказываются несовершеннолетние лица. В условиях отсутствия единых подходов к определению незначительности сделки существует риск признания такой сделки ничтожной, например, по требованию родителей, усыновителей или опекуна малолетнего, совершившего такую сделку. Следует отметить, что несовершеннолетние лица являются в настоящее время одной из наиболее многочисленных категорий субъектов гражданского права, совершающих сделки с использованием сети Интернет, в том числе по получению доступа к произведениям и объектам смежных прав, расположенным на сетевых ресурсах или распространяемым с использованием информационно-телекоммуникационных сетей и систем мобильной связи.

Нерешенность значительного числа проблем правового регулирования в сфере дистанционной торговли товарами и услугами, в том числе связанными с использованием объектов авторских и смежных прав, объективно существующая необходимость в их комплексном разрешении, а также отсутствие специального научного исследования данной области правового регулирования предопределили тему настоящей диссертации.

### **Степень научной разработанности темы.**

До настоящего времени не проводилось комплексное и системное исследование актуальных вопросов правового регулирования дистанционной торговли товарами и услугами, связанными с использованием объектов авторских и смежных прав, в особенности правоотношений, складывающихся в указанной сфере. В тоже время некоторые аспекты исследуемой проблематики в своих научных работах и публикациях рассматривали специалисты в области гражданского права, экономики и менеджмента.

Так, изучению правовой природы договора дистанционной розничной купли-продажи посвящены исследования О.А. Беловой<sup>1</sup> и А.С. Кузьменко<sup>2</sup>. Вопросы правового регулирования электронной торговли исследовали И.В. Костюк<sup>3</sup>, Н.В. Миненкова<sup>4</sup>, Е.Л. Паперно<sup>5</sup>, И.Р. Салиев<sup>6</sup>. Кроме того, отдельные аспекты регулирования дистанционной торговли рассматривали в своих публикациях, перечень которых приведен в работе, следующие авторы: В.Б. Анфиногенов, В.В. Архипов, Н.А. Внуков, И.М. Зайченко, В.Ф. Кабанова, Е.В. Килинкарлова, А.В. Корень, Н.В. Мелащенко, Н.В. Пластинина, А.И. Савельев, В.В. Семенихин, А.В. Степанюк, М.Ю. Шандра, В.В. Шелихов и др.

---

<sup>1</sup> Белова О.А. Правовая природа договора дистанционной розничной купли-продажи: диссертация кандидата юридических наук: 12.00.03. Волгоград, 2010. – 193 с.

<sup>2</sup> Кузьменко А.С. Договор розничной купли-продажи в сфере дистанционной торговли: диссертация кандидата юридических наук: 12.00.03. М., 2010. – 194 с.

<sup>3</sup> Костюк И.В. Гражданско-правовое регулирование электронной торговли: диссертация кандидата юридических наук: 12.00.03. Казань, 2007. – 213 с.

<sup>4</sup> Миненкова Н.В. Международно-правовое и национально-правовое регулирование электронной торговли: диссертация кандидата юридических наук: 12.00.03. Москва, 2008. – 225 с.

<sup>5</sup> Паперно Е.Л. Правовое регулирование электронной торговли в России, Германии и США: диссертация кандидата юридических наук: 12.00.03. Москва, 2006. – 167 с.

<sup>6</sup> Салиев И.Р. Гражданско-правовое регулирование электронной торговли в России: современная правовая модель: диссертация кандидата юридических наук: 12.00.03. Санкт-Петербург, 2013. – 198 с.

Вопросы правовой охраны результатов интеллектуальной деятельности, в том числе при их использовании в информационно-телекоммуникационных сетях и при оказании услуг по предоставлению доступа к таким результатам, рассматривались в ряде трудов И.А. Близнеца, Э.П. Гаврилова, В.А. Дозорцева, В.О. Калятина, О.А. Рузаковой, А.П. Сергеева, Р.И. Ситдиковой и других российских ученых. Следует отметить, что к настоящему времени теоретические основы и законодательное регулирование вопросов использования результатов интеллектуальной деятельности в информационно-телекоммуникационных сетях получили подробное освещение в трудах российских специалистов.

В то же время в недостаточной степени оказалась исследована специфика правового регулирования отношений, возникающих в сфере дистанционной торговли товарами, содержащими объекты авторских и смежных прав, и услугами, связанными с использованием таких объектов, в том числе не было уделено должного внимания проблемам правового регулирования оказания и дистрибуции услуг по предоставлению доступа к объектам авторских и смежных прав на основании дистанционным образом заключаемых договоров.

В частности, в проведенных диссертационных исследованиях, указанных выше, авторы не подходили к рассмотрению проблемы правового регулирования дистанционной торговли как особого вида хозяйственной деятельности, направленной на осуществление товарооборота путем купли-продажи товаров дистанционным способом и иных процессов, связанных с куплей-продажей товаров и оказанием услуг по предоставлению доступа к произведениям и объектам смежных прав на основе дистанционно заключаемых и исполняемых договоров, возникновением и развитием связанных с их реализацией правоотношений.

В настоящей работе основное внимание уделено прежде всего специфике влияния действующего законодательства об авторском праве и



смежных правах на решение вопросов развития правовой регламентации дистанционной торговли товарами и услугами и смежной проблематике, без приведения в тексте работы детального анализа общих вопросов правовой охраны результатов интеллектуальной собственности, осуществленного на высоком теоретическом уровне в научных трудах указанных выше российских ученых, работы которых составили теоретическую основу настоящего исследования.

Настоящая работа по охвату проблемных вопросов и предметной направленности является первым диссертационным исследованием особенностей правового регулирования дистанционной торговли, учитывающей также особенности осуществления данного вида деятельности в отношении товаров, содержащих объекты авторских и смежных прав, и услуг, связанных с использованием таких объектов, в том числе предоставлением доступа к ним.

**Объектом исследования** являются общественные отношения, возникающие в процессе регулирования и осуществления дистанционной торговли товарами и услугами, в том числе связанными с использованием произведений и объектов смежных прав.

**Предметом исследования** является правовое регулирование дистанционной торговли товарами и услугами, в том числе связанными с использованием объектов авторских и смежных прав, на основе действующего законодательства Российской Федерации.

**Цель диссертационного исследования** состоит в разработке теоретических положений, направленных на совершенствование правового регулирования в сфере дистанционной торговли товарами и услугами, в том числе связанными с использованием объектов авторского права и смежных прав.

Для достижения указанной цели были поставлены и в ходе проведения исследования решены **следующие задачи**:

- проанализировать правовую природу дистанционной торговли в качестве особого вида предпринимательской деятельности, в том числе с учетом особенностей торговли товарами, содержащими объекты авторских и смежных прав, и услугами, связанными с использованием таких объектов;
- рассмотреть правоотношения, возникающие в связи с осуществлением дистанционной торговли товарами и услугами;
- изучить основные характеристики субъектов предпринимательской деятельности в сфере дистанционной торговли и предоставления доступа к объектам авторских и смежных прав;
- исследовать особенности правового положения потребителя в качестве участника дистанционной торговли товарами и услугами, в том числе связанные с использованием объектов авторских и смежных прав;
- проанализировать основные характеристики договора, заключаемого дистанционным способом, как юридического основания для приобретения товаров и оказания услуг;
- рассмотреть систему правовых требований и ограничений, подлежащих применению в сфере дистанционной торговли товарами и услугами;
- проанализировать особенности привлечения к гражданско-правовой ответственности за нарушения в сфере дистанционной торговли товарами и услугами, в том числе связанными с использованием объектов авторских и смежных прав;
- выявить тенденции развития законодательства о дистанционной торговле товарами и услугами, в том числе по предоставлению доступа к объектам авторских и смежных прав, и разработать предложения по его совершенствованию.

#### **Методологическая основа исследования.**

В целях получения объективных данных о предмете исследования использовались общенаучные методы, позволяющие объективно и

всесторонне исследовать существующие процессы и явления, такие как индукция, дедукция, анализ, синтез и аналогия. Кроме того, были использованы специальные методы научного познания: сравнительно-правовой, формально-логический, исторический методы.

Сравнительно-правовой метод позволил осуществить сопоставление правовых норм, регулирующих общественные отношения в сфере дистанционной торговли, которые установлены законодательством Российской Федерации, с нормами законодательных актов Европейского Союза. На основании указанного сопоставления выявлены общие закономерности развития и отличительные особенности правового регулирования исследуемой области общественных отношений. С помощью исторического метода удалось проанализировать процесс эволюции законодательства, регулирующего дистанционную торговлю и связанные с ее осуществлением аспекты регулирования отношений в сфере правовой охраны результатов интеллектуальной деятельности. Применение формально-логического метода помогло сформулировать и обосновать основные выводы, сделанные по итогам проведенного исследования.

Применение вышеуказанных методов способствовало проведению комплексного исследования заявленной проблематики и получению достоверного научного результата.

В качестве **теоретической основы исследования** использованы работы отечественных ученых, касающиеся вопросов правового регулирования отношений в сфере дистанционной торговли, создания и использования объектов авторских и смежных прав, а также затрагивающие общие вопросы правового регулирования потребительских отношений. При подготовке диссертационного исследования использовались фундаментальные труды в области гражданского права и права интеллектуальной собственности И.А. Близнеца, М.И. Брагинского,

С.Н. Братуся, В.В. Витрянского, В.П. Грибанова, И.А. Зенина, О.С. Иоффе, А.П. Сергеева, Е.А. Суханова, Ю.К. Толстого, Г.Ф. Шершеневича и др.

Теоретической базой для проведения диссертационного исследования послужили научно-практические комментарии к Гражданскому кодексу Российской Федерации, иным законодательным актам и международным договорам Российской Федерации, монографии и научные публикации, перечень которых приведен в списке использованной литературы.

**Нормативную базу исследования** составили Конституция Российской Федерации, Гражданский кодекс Российской Федерации, Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей», иные федеральные законы, указы Президента Российской Федерации, нормативные правовые акты, издаваемые Правительством Российской Федерации и федеральными органами исполнительной власти, письма Роспотребнадзора и иные правовые акты, регулирующие объект диссертационного исследования.

**Эмпирической базой исследования** являются материалы судебной практики по вопросам защиты прав потребителей, применения положений ГК РФ и Правил продажи товаров дистанционным способом<sup>7</sup>; аналитические материалы по исследуемой проблематике; директивы Европейского Союза.

**Научная новизна** диссертационного исследования заключается в проведении системного рассмотрения наиболее актуальных проблем правового регулирования отношений между различными субъектами права, складывающихся в процессе осуществления дистанционной торговли товарами и услугами, связанными с использованием объектов авторских и смежных прав.

Проведенное исследование российской и зарубежной практики позволило, в частности, осуществить анализ возможности распространения положений о дистанционной торговле на отношения, возникающие в

---

<sup>7</sup> Постановление Правительства Российской Федерации от 27.09.2007 № 612 «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом» // Собрание законодательства Российской Федерации, 08.10.2007, № 41, ст. 4894.

процессе дистанционного заказа и оказания услуг, в связи с чем предложено определение понятия «оказание (заказ) услуг дистанционным способом». В работе сформулированы также авторские определения следующих понятий: дистанционная торговля, Интернет-торговля, Интернет-магазин, дистрибьютор, дистрибьюторский договор и некоторые другие определения, относящиеся к сфере правового регулирования дистанционной торговли.

Кроме того, разработаны основанные на российской и международной практике предложения по внесению изменений в законодательство, регулирующие отношения, связанные с осуществлением дистанционной торговли, сформулированы предложения по совершенствованию системы правовых требований и ограничений в сфере дистанционной торговли и проведена их классификация.

Научная новизна проявляется в следующих **положениях, выносимых на защиту:**

1. Обоснован вывод о том, что дистанционную торговлю с учетом особенностей ее правовой природы следует определять как особый вид деятельности, направленный на продажу товаров и предоставление услуг потребителям для личных, бытовых целей, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности, при котором невозможен непосредственный доступ потребителя (покупателя) к товару для ознакомления с ним, его образцом, а также лицом, продающим товар или оказывающим услугу, в момент оформления заказа (заключения договора), когда приобретение товара или услуги осуществляется на основании предоставленной продавцом информации, включая описания и изображения из доступных источников, в том числе каталогов, буклетов, средств связи, информационных ресурсов, размещаемых в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

При этом взаимоотношения между субъектами строятся в рамках имеющих публичный характер гражданско-правовых договоров,

заключаемых в форме договора розничной купли-продажи и возмездного оказания услуг, моментом заключения которых является акцепт оферты, направленной продавцом в адрес покупателя товара или заказчика соответствующей услуги.

2. Доказано, что определение понятия «дистанционная торговля» должно быть унифицированным, соответствовать единому подходу для всех правовых источников и дефиниции, закрепленной в Правилах продажи товаров дистанционным способом, с учетом необходимости его развития в целях охвата случаев дистанционной торговли услугами, в том числе по предоставлению доступа к объектам авторского права и объектам смежных прав с использованием сети Интернет или иных телекоммуникационных средств. Обоснована необходимость уточнить определение дистанционной торговли, предусмотренное ГОСТ Р 51303-2013 «Торговля. Термины и определения», изложив его в следующей редакции:

Дистанционная торговля: Форма торговли, осуществляемая на основании ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товара или услуги, содержащимся в каталогах, проспектах, буклетах либо представленным на фотоснимках или с использованием сетей почтовой связи, сетей электросвязи, в том числе информационно-телекоммуникационной сети Интернет, а также сетей связи для трансляции телеканалов и (или) радиоканалов, либо иными способами, исключающими возможность непосредственного ознакомления потребителя (покупателя товара или заказчика услуги) с товаром, его образцом, а также лицом, продающим товар или оказывающим услугу, при заключении такого договора.

3. Обоснована целесообразность распространения положений о дистанционной торговле на отношения, возникающие в процессе дистанционного заказа и оказания услуг потребителям, в том числе услуг, связанных с использованием объектов авторских и смежных прав. Обоснован

вывод о необходимости рассмотрения дистанционного оказания услуг в качестве одного из видов дистанционной торговли и предложено авторское определение понятия «оказание (заказ) услуг дистанционным способом», под которым следует понимать оказание на возмездной основе услуг (совершение разово или систематически определенных действий, осуществление определенной деятельности) в пользу заказчика (потребителя услуг) дистанционно, без физического присутствия заказчика в месте оказания услуги, посредством информационно-телекоммуникационной сети Интернет и иных средств связи, а также заказ услуг посредством указанных средств и иными способами, исключая непосредственный контакт заказчика с исполнителем при заключении договора об оказании услуг.

4. Обоснован вывод о необходимости совершенствования защиты прав потребителей от нарушений при предоставлении доступа к произведениям и объектам смежных прав в электронной форме, в том числе через сеть Интернет, включая возможность предъявления предусмотренных законодательством о защите прав потребителей требований как в случае, если потребитель был введен в заблуждение или не в полной мере проинформирован об условиях предоставления доступа и возможных ограничениях, так и в случае, если использование произведений, доступ к которым предоставляется потребителю (пользователю), осуществляется незаконно, с нарушением требований законодательства об интеллектуальной собственности. Например, потребитель может быть введен в заблуждение относительно условий получения доступа или законности использования произведений.

В случае если потребитель обнаруживает, что произведения используются незаконно, он обязан прекратить незаконное использование, нарушающее авторские права третьих лиц, но при этом должен также обладать возможностью защитить свои права потребителя, обратившись с требованиями о взыскании убытков и выплате компенсаций к поставщику

услуг, например, владельцу базы данных, электронной библиотеки, «электронного кинотеатра» и т.д.

5. Обоснован вывод о том, что возможность применения мер защиты прав потребителей в отношении продавцов контрафактной продукции или лиц, оказывающих услуги с нарушением авторских или смежных прав, должна предоставляться независимо от предъявления каких-либо требований со стороны правообладателя к продавцу товара, лицу, оказывающему услуги, и (или) к потребителю, в том числе на основании выявления самим потребителем факта нарушения исключительных прав каких-либо третьих лиц при распространении соответствующих товаров или оказании услуг, связанных с использованием объектов авторских и смежных прав, включая случаи предоставления доступа к таким объектам с использованием сети Интернет.

Необходимость применения данного подхода обусловлена тем, что потребитель в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации, в свою очередь основанными на положениях международных договоров Российской Федерации в сфере авторского права и смежных прав, обязан прекратить незаконное использование произведений и объектов смежных прав и доступ к незаконно размещенным в сети Интернет объектам авторских и смежных прав вне зависимости от предъявления соответствующих требований правообладателями на основании выявления самого факта незаконного использования.

6. Доказано, что в случае нарушений исключительных прав на произведения или объекты смежных прав при дистанционной торговле товарами или услугами, потребителям должна быть обеспечена возможность применения мер, предоставленных Законом Российской Федерации «О защите прав потребителей», как в отношении изготовителей соответствующих товаров и лиц, оказывавших услуги по предоставлению доступа к незаконно размещенному контенту, так и в отношении владельцев



сетевых ресурсов, с использованием которых осуществлялась дистанционная торговля такими товарами и услугами.

Указанные лица должны отвечать перед потребителем солидарно, по аналогии с солидарной ответственностью изготовителей и продавцов товаров, приобретаемых физическими лицами в розничной торговле не для коммерческих целей. Такая ответственность за нарушение прав потребителя должна наступать независимо от возможности привлечения указанных лиц к ответственности за нарушения исключительных прав на произведения или объекты смежных прав по требованию правообладателей.

7. Сформулировано авторское определение понятия «мелкая бытовая сделка» для целей его использования при осуществлении дистанционной торговли, учитывающее, что участником дистанционной торговли может быть лицо, не обладающее полной дееспособностью, в том числе малолетнее.

Мелкой бытовой сделкой предлагается признавать любую сделку в отношении товара, работы или услуги небольшой стоимости, в том числе услуги по предоставлению доступа к произведениям или объектам смежных прав, определяемая в каждом отдельном случае исходя из материального положения участвующего в ней лица, его родителей или иных законных представителей, совершаемая за счет собственных средств такого лица, его родителей или иного законного представителя (усыновителя, попечителя), направленная на удовлетворение естественных ежедневных материальных и духовных потребностей с учетом возраста, физических и интеллектуальных особенностей несовершеннолетнего, в том числе малолетнего, или иного участвующего в сделке лица (потребителя) с ограниченной дееспособностью.

8. Выявлено отсутствие правовой регламентации статуса дистрибьютора в качестве участника дистанционной торговли товарами и услугами, в том числе связанными с использованием объектов авторских и смежных прав, включая получившие широкое распространение случаи дистрибуции услуг по предоставлению доступа к базам данных и

информационным ресурсам в сети Интернет. В связи с этим предложено дополнить Правила продажи товаров дистанционным способом положениями следующего содержания:

1) дистрибьютором признается индивидуальный предприниматель или юридическое лицо, зарегистрированные в таком качестве в установленном законом порядке, осуществляющие продажу потребительских товаров на основании договора купли-продажи и (или) оказание потребителям услуг от своего имени, от имени производителя (оптового поставщика) продукции или лица, оказывающего услуги, в том числе по предоставлению доступа к произведениям и объектам смежных прав с использованием информационно-телекоммуникационных сетей, с обязательным указанием информации о дистрибьюторском договоре, заключенном с производителем товара, его оптовым поставщиком, лицом, оказывающим услуги, или владельцем соответствующего информационного ресурса;

2) по дистрибьюторскому договору одна сторона (дистрибьютор) принимает на себя обязательства приобретать у другой стороны (производителя, поставщика) товар или принимать меры для продвижения оказываемых другой стороной услуг в целях последующей реализации на согласованном сторонами региональном (территориальном) рынке от своего имени или от имени другой стороны, но за свой счет, а также обеспечивать поддержание репутации этой стороны (производителя, поставщика, лица, оказывающего услуги, владельца информационного ресурса);

3) исчерпывающая информация о товаре или услуге должна быть указана в договоре или предоставляться дистрибьютору дополнительно;

4) по всем обязательствам, вытекающим из заключаемых дистрибьютором с потребителями договоров купли-продажи в отношении товара или договоров возмездного оказания услуг, которые являются предметом дистрибьюторского договора, дистрибьютор несет

ответственность перед потребителем солидарно с производителем, поставщиком товара или лицом, оказывающим соответствующие услуги.

9. Разработана классификация требований, предъявляемых при осуществлении дистанционной торговли товарами и услугами, с выделением следующих категорий:

1) требования, предъявляемые к информации о товаре, услуге и продавце или лице, оказывающем услугу, предоставляемой потребителю до заключения договора, при оказании услуги и в момент доставки товара или при его передаче в случае самовывоза;

2) требования, предъявляемые к качеству и безопасности товара или услуги, соблюдению законодательства Российской Федерации при продаже товара или оказании услуги;

3) требования, предъявляемые к порядку исполнения договора купли-продажи или договора возмездного оказания услуг, заключаемого дистанционным способом, в том числе в процессе передачи и приема товара покупателем или получения услуги ее потребителем, а также при обеспечении гарантий, предусмотренных законодательством о защите прав потребителей.

10. Обоснована необходимость признания ничтожными условий, вносимых в заключаемые дистанционным способом договоры купли-продажи товаров или возмездного оказания услуг, если такие условия предусматривают ограниченную ответственность продавца, лица, оказывающего услуги, или дистрибутора, в том числе в случае продажи товара или оказания услуги без предоставления необходимого объема информации, необходимости прекращения доступа при незаконном использовании произведений или объектов смежных прав и в иных случаях, в которых потребитель не имеет возможности использовать товары или услуги, приобретенные дистанционным способом, законным образом, в

соответствии с их предназначением и намерением потребителя, явным образом выраженным при заключении договора.

**Теоретическая значимость** диссертации заключается в том, что основные результаты проведенного исследования повышают уровень научной разработанности рассматриваемой в диссертации проблематики и способствуют дальнейшему изучению наиболее актуальных аспектов правового регулирования общественных отношений, которые складываются в процессе дистанционной торговли товарами и услугами, осуществляемой на территории Российской Федерации, в том числе деятельности по предоставлению доступа к объектам авторских и смежных прав с использованием информационно-телекоммуникационных сетей, включая сеть Интернет.

**Практическая значимость** работы состоит в том, что выводы, сформулированные по результатам проведенного исследования, могут быть использованы в процессе совершенствования нормативно-правовых актов, направленных на регулирование отношений в сфере дистанционной торговли, что позволит минимизировать существующие в них пробелы и устранить выявленные противоречия, обеспечить согласованное развитие указанных положений с учетом законодательства и международных договоров Российской Федерации в сфере авторского права и смежных прав. Отдельные разработки диссертационного исследования могут найти свое применение в правоприменительной практике.

Кроме того, результаты исследования могут представлять определенный интерес для целей осуществления преподавательской деятельности при проведении лекционных и семинарских занятий по гражданскому праву, при разработке специальных учебных курсов, а также учебных и учебно-методических материалов.

### **Апробация результатов исследования.**

Диссертация подготовлена на кафедре частного права юридического факультета Института экономики, управления и права Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский государственный гуманитарный университет» (ФГБОУ ВО РГГУ).

Основные идеи и выводы, которые нашли свое отражение в диссертации, изложены в научных публикациях диссертанта.

Результаты диссертационного исследования апробированы при обсуждении на кафедре частного права юридического факультета Института экономики, управления и права ФГБОУ ВО РГГУ, на кафедре авторского права, смежных прав и частноправовых дисциплин Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская государственная академия интеллектуальной собственности» (ФГБОУ ВО РГАИС), а также апробированы автором при предоставлении правовых консультаций.

### **Публикации по теме диссертации.**

По теме диссертационного исследования автором опубликовано 5 научных статей, в том числе 4 научные статьи в изданиях, включенных в Перечень рецензируемых научных журналов и изданий Высшей Аттестационной Комиссии Министерства образования и науки Российской Федерации, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата юридических наук.

**Структура диссертации** определяется предметом, целями и задачами исследования и состоит из введения, трех глав, включающих в себе восемь параграфов, заключения, а также списка литературы.

## **Глава 1. Понятие и особенности правового регулирования дистанционной торговли товарами и услугами**

### **1.1. Дистанционная торговля товарами и услугами как экономическое и правовое явление**

По мере развития глобальной сети Интернет дистанционная торговля товарами стала получать все большее распространение, постепенно вытесняя из ряда сфер традиционную розничную торговлю за счет обеспечения максимально удобного для потребителей заключения и исполнения сделок B2C (Business to Consumer, или «бизнес для потребителя»). На практике в качестве растущего сегмента выделяют дополнительно такой вид дистанционной торговли, как B2B (Business to Business, или «бизнес для бизнеса»), при котором торговля ориентирована на производственные нужды<sup>8</sup>, однако этот вид предпринимательской активности не является предметом данного исследования. Далее будут рассматриваться только проблемы розничной купли-продажи, в которой покупающая сторона не является субъектом предпринимательской деятельности либо, по крайней мере, не осуществляет приобретение товаров в рамках предпринимательской деятельности или для целей осуществления такой деятельности. Следует также отметить, что дистанционный способ продаж, регламентация которого в настоящее время предусматривается гражданским законодательством и подзаконными нормативными правовыми актами, подразумевает только розничную куплю-продажу.

Существуют различные подходы к определению понятия дистанционной торговли. Так, В. Саламатов понимает под дистанционной торговлей коммерческую деятельность, называемую «почтовой торговлей»

---

<sup>8</sup> Тиме Я. Дистанционная торговля/Ян Тиме; пер. с нем. Л.А. Болховитиной; науч. ред. А.В. Иванов. – М.: Вершина, 2006. С. 21-22.

и/или “дистанционной торговлей”, которая подразумевает различные маркетинговые методы, «осуществляемые посредством ... (интерактивных) способов коммуникации и распространения информации дистанционно»<sup>9</sup>.

Для целей настоящей работы под дистанционной торговлей (внемагазинной торговлей) понимается разновидность розничной торговли, осуществляемой в рамках заключаемых договоров купли-продажи, при которой покупатель имеет возможность ознакомиться с товаром только с помощью информации о нем, а также с помощью наглядного изображения товара в буклете, другом печатном материале или на веб-странице в сети Интернет («Интернет-торговля» или «электронная торговля»). При этом в качестве основных видов дистанционной торговли принято выделять: каталожную торговлю, телевизионную продажу товаров и электронную торговлю, в последнее время представляющую собой преимущественно Интернет-торговлю, наиболее крупный и динамично развивающийся сегмент внемагазинной торговли в Российской Федерации и большинстве стран мира. В тоже время, как отмечают некоторые авторы, «большую часть рынка каталожной торговли занимает книжная торговля, участниками которой являются специализированные агентства, соответствующие службы издательских домов, книготорговые компании и книжные клубы»<sup>10</sup>.

В дистанционной торговле, особенно когда речь не идет о крупных городах, в которых хорошо развита Интернет-связь, поддерживаемая большим количеством конкурирующих провайдеров, и службы курьерской доставки важную роль играет почта, поскольку оказываемые ей услуги доступны на большей части территории Российской Федерации. Каждый город или иной населенный пункт располагают почтовым отделением, в котором можно получать и отправлять корреспонденцию, посылки.

---

<sup>9</sup> Саламатов В. Внемагазинная торговля – значимый и быстро растущий сегмент торговой отрасли [Электронный ресурс] <http://www.minpromtorg.gov.ru/trade/hometrader/225>

<sup>10</sup> Шелихов В.В., Громова О.О. Дистанционная торговля в России: история, развитие, статистика/В.В. Шелихов, О.О. Громова. – М.: Издательство Амалданин, 2011. С. 89-105.

Дистанционная торговля посредством почты преимущественно является каталожной торговлей: дистанционные продажи начинаются с рассылки печатных материалов, в которых наглядно изображены реализуемые товары, указаны цены на них, информация о продавце (изготовителе), а также возможные способы приобретения товаров. Каталогная торговля ориентирована на небольшие города и поселки, в то время как электронная торговля становится прерогативой крупных городов. В связи с этим перспективы развития дистанционной торговли в Российской Федерации во многом зависят от возможностей Почты России обеспечить оперативную доставку заказанных товаров по адресам покупателей, а также от возможностей торговых организаций обеспечить, при необходимости, альтернативные способы доставки заказов, включая доставку с курьером.

В качестве основных признаков дистанционной торговли можно выделить следующие: купля-продажа товара осуществляется вне стационарных мест торговли; обязательное наличие публичной оферты; доставка товара покупателю по месту требования; возможность проведения расчетов с использованием электронных денег, которые могут осуществляться «либо в режиме реального времени, либо в автономном режиме»<sup>11</sup>. Сам термин «дистанционно» применительно к торговле товаром предполагает отсутствие непосредственного контакта (в реальном времени) покупателя с товаром или его образцом. Законодательное определение указанного понятия дано в нескольких правовых источниках.

В соответствии со статьей 497 ГК РФ «дистанционный способ продажи товара» определяется как способ, при котором договор розничной купли-продажи заключается на основании ознакомления покупателя с описаниями товаров с помощью печатных материалов или средств связи, при которых отсутствует возможность непосредственного контакта потребителя с

---

<sup>11</sup> Банковское законодательство: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления, специальности «Юриспруденция»/под ред. Н.Д. Эриашвили. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. С. 266.



продавцом и его непосредственного доступа к товару. Аналогичное определение рассматриваемого понятия содержится в Законе Российской Федерации «О защите прав потребителей»<sup>12</sup>.

Несколько иная терминология используется в Правилах продажи товаров дистанционным способом, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 27.09.2007 № 612<sup>13</sup>.

Законодательное определение указывает на отсутствие у потребителя возможности ознакомиться с товаром или его образцом до момента его получения, то есть до момента доставки приобретаемого товара по адресу покупателя или иному адресу, указанному покупателем. Ознакомление с интересующим товаром происходит посредством каталогов (буклетов, брошюр), почтовой рассылки иных печатных материалов, различных видов связи, информации, размещенной в сети Интернет, телевидения и иных способов коммуникации. Характерным является то, что участники дистанционной торговли не вступают в личный контакт для заключения договора розничной купли-продажи и передачи товара «из рук в руки». Таким образом, к дистанционной торговле могут быть отнесены любые продажи, которые осуществляются покупателем в отсутствие реального продавца на основании информации, полученной из источников, указанных в законодательном определении дистанционной торговли.

А.Е. Корягин, обращаясь к вопросу о дистанционной торговле, оперирует понятием, приближенным к законодательной дефиниции, «продажа товаров дистанционным способом»<sup>14</sup>. В то же время ГОСТ Р

---

<sup>12</sup> Закон Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» // Собрание законодательства Российской Федерации, 15.01.1996, № 3, ст. 140.

<sup>13</sup> Абзац четвертый пункта 2 Правил продажи товаров дистанционным способом.

<sup>14</sup> Корягин А.Е., Соколова И.Е. Права потребителей: инструкция по применению от Объединения потребителей России. М.: Библиотечка Российской газеты, 2013. Вып. 2 // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».

51303-2013 «Торговля. Термины и определения»<sup>15</sup> (далее – Стандарт) содержит несколько иную трактовку, рассматривая дистанционную торговлю как форму торговли, исключающую возможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром (образцом товара) до заключения договора купли-продажи и осуществления оплаты за товар. Это определение низводит термин «дистанционная торговля» до обычного посредничества в торговых операциях, поскольку противоречит самому принципу дистанционного способа продаж, который заложен в статьях 432 и 433 ГК РФ, а также в пункте 20 Правил продажи товаров дистанционным способом. Так, в соответствии с указанными статьями ГК РФ договор будет считаться заключенным после достижения его сторонами соглашения по всем существенным условиям договора вследствие направления оферты продавцом и ее полного и безоговорочного акцепта покупателем (потребителем).

Покупатель, ознакомившись с товаром посредством информации из указанных выше источников (дистанционно), будучи проинформированным о существенных условиях договора, из которых определяющим, но не единственным существенным условием является цена, акцептует предложение продавца. Договор признается заключенным в момент получения лицом, направившим оферту, ее акцепта. В отличие от рекламы, направленной на привлечение внимания к объекту рекламирования и поддержание интереса к нему, предложение приобрести товар дистанционным способом является, как было сказано ранее, именно публичной офертой<sup>16</sup>, что также иллюстрируется судебной практикой<sup>17</sup>.

---

<sup>15</sup> Приказ Росстандарта от 28.08.2013 № 582-ст «Об утверждении национального стандарта ГОСТ Р 51303-2013. Национальный стандарт Российской Федерации. Торговля. Термины и определения» // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».

<sup>16</sup> Письмо Роспотребнадзора от 08.04.2005 № 0100/2569-05-32 «О пресечении правонарушений при дистанционном способе продажи товара» // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».

<sup>17</sup> Постановление ФАС Московского округа от 29.12.2007 № КА-А40/13435-07 по делу № А40-21223/07-144-81 // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».

В соответствии со статьей 494 ГК РФ предложение товара неопределенному кругу, содержащее все существенные условия договора розничной купли-продажи, должно признаваться публичной офертой. В связи с этим договор розничной купли-продажи товаров дистанционным способом следует рассматривать в качестве публичного договора, который продавец обязан заключить с любым обратившимся лицом, «выразившим намерение приобрести товар, предложенный в его описании, и подписывать такой договор с каждым покупателем вовсе не обязательно»<sup>18</sup>.

Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей» предписывает продавцу предоставить потребителю до момента заключения договора купли-продажи дистанционным способом информацию о товаре, его изготовителе и иных обстоятельствах, связанных с приобретением, особенностями использования товара и возможностью его возврата.

Если следовать логике авторов указанного выше Стандарта, то договор будет считаться заключенным только после ознакомления покупателя с товаром, после доставки курьером и оплаты, подтвержденной выданным кассовым или товарным чеком, что умаляет основные требования и принципы дистанционной торговли. Если к отношениям, которые складываются в процессе дистанционной торговли, применять указанную в стандарте дефиницию, потребитель будет существенно ограничен в своих правах. На этот счет Е. Мясин делает справедливое замечание, что предложенное определение делает невозможным применение при продаже через Интернет положений статьи 26.1. Закона «О защите прав потребителей» и тем самым «лишает потребителя права на так называемый период охлаждения – возможность отказаться от товара в любое время до его доставки, а после доставки в течение 7 дней с обязательным соблюдением условий возврата: товар должен сохранить потребительские свойства и свой

---

<sup>18</sup> Семенихин В.В. Торговля: торговля через интернет-магазин // Налоги. 2011. № 32. С. 7-12.

первоначальный товарный вид»<sup>19</sup>. Закон «О защите прав потребителей» не требует объяснения причин возврата товара, поскольку нередко встречаются случаи, когда покупатель, заказав один товар, получает другой или, «находясь под воздействием различных телемагазинов, навязчивой рекламы в сети Интернет, приобретает товар, имея смутные представления о его потребительских свойствах или же просто ненужный»<sup>20</sup>.

В данном случае происходит некоторая подмена понятий: момент заключения договора подменяется моментом исполнения договора. Предусмотренная ГК РФ возможность для потребителя отказаться от исполнения договора розничной купли-продажи до передачи товара покупателю защищает потребителя и одновременно учитывает законные интересы продавца.

Для исключения возможных противоречий определение дистанционной торговли должно быть унифицированным, должно соответствовать единому подходу для всех правовых источников и дефиниции, закрепленной в Правилах продажи товаров дистанционным способом. Так, целесообразно уточнить определение дистанционной торговли, предусмотренное ГОСТ Р 51303-2013 «Торговля. Термины и определения», в том числе с учетом необходимости его развития в целях охвата случаев дистанционной торговли услугами, изложив его в следующей редакции.

Дистанционную торговлю можно определить как особый вид деятельности, направленный на продажу товаров и предоставление услуг потребителям для личных, бытовых целей, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности, исключающей непосредственный доступ потребителя (покупателя) для ознакомления с товаром, его образцом, а также лицом, продающим товар или оказывающим услугу, в момент

---

<sup>19</sup> Мясин Е. Не мой сайт, не моя оферта. Юрист спешит на помощь, № 2, 2014. С. 62-65.

<sup>20</sup> Мясин Е. Указ. соч., С. 63.

оформления заказа (заключения договора), когда приобретение товара или услуги осуществляется на основании предоставленной продавцом информации, включая описания и изображения из доступных источников, в том числе каталогов, буклетов, средств связи, информационных ресурсов, размещаемых в информационно-телекоммуникационной сети Интернет. При этом взаимоотношения между субъектами строятся в рамках гражданско-правовых договоров, заключаемых в форме договора розничной купли-продажи и возмездного оказания услуг, имеющих публичный характер, а моментом заключения договора является акцепт оферты, направленной продавцом в адрес покупателя товара или заказчика соответствующей услуги.

На дистанционную торговлю в полной мере распространяются также требования, предъявляемые к качеству товара (пункт 4 статьи 469 ГК РФ). Требования к качеству являются императивными и не могут быть отменены соглашением сторон договора. ГК РФ предусматривает также требования к упаковке, используемой при доставке товара (пункт 3 статьи 481 ГК РФ), которые также применимы к случаям осуществления дистанционной торговли.

Определение дистанционной торговли должно быть связано с определением особенностей договора розничной купли-продажи, главная из которых является отсутствие непосредственного контакта потенциального покупателя с товаром и продавцом. При этом возможен визуальный контакт с товаром, например, посредством каталогов. Покупатель в любом случае должен иметь возможность получить максимум информации о заинтересовавшем его товаре, в связи с чем в целях максимальной защиты потребителя от недобросовестных предпринимателей на продавца возлагается обязанность предоставить потребителю незамедлительно информацию о товаре, его изготовителе и иных обстоятельствах, связанных с предложением о заключении договора дистанционным способом.

Представленная продавцом информация должна исключать возможность введения покупателя в заблуждение.

Более того, требуется обязательное указание, помимо всего прочего, информации о продавце (изготовителе), которые обращаются с предложением к потребителю. Это, в частности, касается и рекламы товаров, реализуемых дистанционным способом, например, через телемагазины, которая должна содержать сведения о продавце таких товаров. Отсутствие такой информации является нарушением прав потребителей и влечет за собой привлечение продавца (изготовителя) к ответственности, поскольку «в рекламе обязательным условием является наличие информации о продавце, для того чтобы знать, кому предъявить претензии»<sup>21</sup>.

Существуют также иные мнения относительно понимания дистанционной торговли. Так, А.И. Савельев, анализируя Интернет-торговлю как разновидность дистанционной торговли, приходит к выводу о том, что «не всякая продажа товара, осуществляемая с использованием сети Интернет, является дистанционной»<sup>22</sup>. Не будет признаваться дистанционной купля-продажа товара, при совершении которой покупатель заранее сообщает продавцу параметры необходимого покупателю товара, а продавец по указанным параметрам подбирает интересующий покупателя товар. Также не будет рассматриваться в качестве дистанционной торговли продажа товара, с которым потребитель имел возможность предварительно ознакомиться в салоне магазина, приобретя его впоследствии после ознакомления путем оформления заказа в этом же магазине, но уже с помощью Интернет-ресурса. Данный вывод подтверждается и судебной

---

<sup>21</sup> Пузыревский С.А. Интервью: Профилактика и ремонт «двигателя торговли» // ЭЖ-Юрист, 2007, № 44 // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».

<sup>22</sup> Савельев А.И. Электронная коммерция в России и за рубежом: правовое регулирование. М.: Статут, 2014 // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».

практикой<sup>23</sup>. Действительно, в приводимом выше примере нарушается не только условия отнесения торговли к дистанционной форме, но и хронология, последовательность действий при заключении договора розничной купли-продажи дистанционным способом.

Российское законодательное определение дистанционной торговли не в полной мере совпадает по смысловой нагрузке с определениями, существующими в европейской и американской практиках, прежде всего в связи с тем, что «российский законодатель не регулирует дистанционное оказание услуг»<sup>24</sup>, в то время как европейский подход предполагает заключение в рамках дистанционной торговли как договоров дистанционной продажи товаров, так и договоров дистанционного оказания услуг. Кроме того, дистанционной торговлей в европейской практике также признаются случаи, в которых потребитель посещает место нахождения компании или место нахождения образцов ее товаров или оказания услуг в целях сбора информации о товарах или услугах, если при этом последующие переговоры и заключение договора осуществляются дистанционно.<sup>25</sup>

Понятие системы или схемы дистанционных продаж или дистанционного оказания услуг включает любые варианты реализации, предлагаемые третьими лицами, за исключением продавца, но используемые продавцом, например, использование онлайн-платформы. Однако приведенное определение не должно распространяться на случаи, когда веб-сайты только содержат информацию о продавце, его товарах и/или услугах, а также контактные данные продавца<sup>26</sup>.

---

<sup>23</sup> См., например: Апелляционное определение Московского городского суда от 12.04.2012 по делу № 11-4108 // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».

<sup>24</sup> Архипов В.В., Килинкарлова Е.В., Мелашенко Н.В. Проблемы правового регулирования оборота товаров в сети Интернет: от дистанционной торговли до виртуальной собственности // Закон. 2014. № 6. С. 120 - 143.

<sup>25</sup> Архипов В.В., Килинкарлова Е.В., Мелашенко Н.В. Указ. соч., С. 122 – 124.

<sup>26</sup> Директива № 97/7/ЕС Европейского парламента и Совета Европейского Союза «О защите потребителей по договорам, заключаемым дистанционным способом»; Директива № 2011/83/ЕС Европейского парламента и Совета Европейского Союза «О правах потребителей, изменяющая Директиву 93/13/ЕЭС

Национальное законодательство европейских стран унифицировано с законодательством Европейского Союза. Например, в Федеративной Республике Германия дистанционная торговля регламентирована определенными разделами Германского гражданского уложения (ГГУ), соответствующего требованиям ЕС<sup>27</sup> и рассматривающего договоры о поставке товаров или выполнении услуг, заключенные посредством средств дистанционной коммуникации, как дистанционные договоры. А.Ю. Зак указывает на то, что стороны дистанционного договора используют для его заключения индивидуально доступные средства связи до заключения договора<sup>28</sup>. Указанный автор также отмечает, что «в Европейском Союзе правовое регулирование дистанционных договоров охватывает и куплю-продажу, и оказание услуг (в том числе финансовых), и аренду, и многие другие виды договоров»<sup>29</sup>, в то время как в Российской Федерации нормы о дистанционной торговле касаются только продажи товаров.

Как можно увидеть из приведенной характеристики, фундаментальным отличием является отсутствие в законодательстве Российской Федерации упоминания о возможности заключить дистанционно договор об оказании услуг, в отечественном законодательстве не закреплено определение такого

---

Совета ЕС и Директиву 1999/44/ЕС Европейского парламента и Совета ЕС и отменяющая Директиву 85/577/ЕЭС Совета ЕС и Директиву 97/7/ЕС Европейского парламента и Совета ЕС» // <http://eur-lex.europa.eu/>

<sup>27</sup> Директива № 97/7/ЕС Европейского парламента и Совета Европейского Союза «О защите потребителей по договорам, заключаемым дистанционным способом» (Принята в г. Брюсселе 20.05.1997, с изм. и доп. от 13.11.2007); Директива 2000/31/ЕС Европейского парламента и Совета Европейского Союза «О некоторых правовых аспектах информационных услуг на внутреннем рынке, в частности, об электронной коммерции (Директива об электронной коммерции)» (Вместе с «Исключениями из статьи 3») (Принята в г. Люксембурге 08.06.2000); Директива № 2002/65/ЕС Европейского парламента и Совета Европейского Союза «О дистанционном маркетинге потребительских финансовых услуг и о внесении изменений в Директиву Совета № 90/619/ЕЭС и Директивы № 97/7/ЕС и 98/27/ЕС» (Принята в г. Брюсселе 23.09.2002, с изм. и доп. от 13.11.2007) // <http://eur-lex.europa.eu/>

<sup>28</sup> Зак А.Ю. Защита прав потребителей при осуществлении специальной коммерческой практики в России и ЕС // Право и политика. 2010. № 7. С. 127-128.

<sup>29</sup> Зак А.Ю. Указ. соч., С. 128.



договора, несмотря на то, что на практике через глобальную сеть Интернет можно как приобрести товар, так и заказать услугу.

При этом в литературе говорится о торговых услугах, которые имеют много разновидностей, самыми распространенными среди которых являются услуги розничной купли-продажи<sup>30</sup>. ГК РФ говорит только о договоре розничной купли-продажи, который может быть заключен дистанционным способом, таким образом, ГК РФ не рассматривает возможности заключения дистанционным способом договора оказания услуг и не видит необходимости в регламентации данной области торговых отношений.

Соответственно, Правила продажи товаров дистанционным способом разработаны только для продажи товаров. При этом под услугами, подпадающими под действие Правил, понимаются услуги, которые продавец обязан предложить покупателю при продаже товаров, например, услуги по доставке товаров почтовыми отправлениями или их перевозки с указанием способа перевозки и вида транспорта. В то же время указанные Правила продажи товаров дистанционным способом не применяются в отношении иных видов услуг. Это касается любых услуг, которые являются предметом договора, т.е. не являются сопутствующими услугами, направленными на исполнение договора, предметом которого является товар, а не услуга.

Отсутствие в законодательстве Российской Федерации норм, регламентирующих порядок заключения договора о предоставлении услуг дистанционным способом, является существенным недостатком. На практике такие договоры заключаются все чаще. В отличие от дистанционного обучения, которое может полностью осуществляться дистанционно, товар осязаем и в конечном счете доставляется продавцу. При этом в судебной практике в части требований, относящихся к информации, которая должна предоставляться потребителю продавцом (исполнителем), указывается на

---

<sup>30</sup> Баев А.А. Правовое регулирование услуг розничной купли-продажи. Актуальные проблемы применения права: материалы межвузовской научно-практической конференции. - М.: Экон-Информ, 2010. С. 27.

дистанционные способы продажи товаров (работ, услуг)<sup>31</sup>, что свидетельствует о потенциальной возможности применять положения норм о дистанционной торговле к отношениям в сфере дистанционного оказания услуг.

Упоминание о «дистанционных способах продажи товаров (заказа работ, услуг)» содержится в пунктах 43 и 44 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 28.06.2012 № 17 «О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей»<sup>32</sup>.

В этой связи справедливыми представляются замечания О.Н. Зименковой о том, что в Российской Федерации не действует в полной мере принцип свободного перемещения людей, в то время как в основополагающих документах ЕС такое право закреплено и означает «не только свободное передвижение, но и свободу потребительской активности, то есть возможность беспрепятственно приобретать товары или услуги, требовать возмещения ущерба в соответствующей форме в любой стране»<sup>33</sup>. Последнее как раз вытекает из унифицированного подхода законодателя как к продажам дистанционным способом, так и к оказываемым дистанционным способом или заказываемым дистанционно услугам, спектр которых может быть достаточно широк.

Представляется необходимым распространить требования гражданского законодательства и законодательства о защите прав потребителей, применяемые к дистанционной торговле, к отношениям по поводу оказания дистанционных услуг и заключению договора

---

<sup>31</sup> Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 28.06.2012 № 17 «О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей» // Обязательное медицинское страхование в Российской Федерации, № 5, 2012.

<sup>32</sup> Там же, пункты 43 и 44.

<sup>33</sup> Зименкова О.Н. Законодательство Европейского экономического сообщества о защите прав потребителей. М., 1994. С. 21 - 22.

дистанционным способом об оказании услуг, в том числе при заказе услуг, оказываемых в реальном времени.

В нормативно-правовой оборот необходимо также ввести понятие «оказание (заказ) услуг дистанционным способом», которое может быть определено как оказание на возмездной основе услуг (совершение разово или систематически определенных действий, осуществление определенной деятельности) в пользу заказчика (потребителя услуг) дистанционно, без физического присутствия заказчика в месте оказания услуги, посредством информационно-телекоммуникационной сети Интернет и иных средств связи, а также заказ услуг посредством указанных средств и иными способами, исключая непосредственный контакт заказчика с исполнителем в момент заключения договора на оказание услуг.

В данном случае речь идет не только о введении в оборот указанного термина, но и о необходимости обеспечить возможность применения положений о дистанционной торговле к сфере услуг, в связи с чем предлагается в пункте 6 Правил продажи товаров дистанционным способом установить, что данные Правила не применяются в отношении работ (услуг), за исключением работ (услуг), выполняемых (оказываемых) продавцом в связи с продажей товаров дистанционным способом, а также услуг, заказываемых дистанционно, и работ (услуг), которые могут быть оказаны (выполнены) дистанционно. Потребуется также обеспечить структурное изменение положений указанных Правил для целей их полной адаптации к отношениям, отличным от отношений в сфере дистанционных продаж, однако данная задача выходит за рамки настоящего исследования.

Одной из проблем, с которой приходится сталкиваться в сфере дистанционной торговли, является отсутствие необходимой информации о товарах, такая информация часть предоставляется в недостаточном объеме,

поскольку около 80% товарооборота при дистанционной торговле приходится на анонимных продавцов<sup>34</sup>.

Кроме того, крайне важной является задача по урегулированию правоотношений, которые возникают в процессе оказания услуг дистанционным способом. Дистанционные услуги широко применимы, заказать услугу дистанционным способом не представляет в условиях века информатизации никакой сложности, но возникающие при этом отношения не имеют правовой регламентации. Представляется необходимым как можно скорее устранить существующие пробелы в законодательстве, чему, как представляется, может служить ряд выработанных при проведении настоящего исследования предложений.

---

<sup>34</sup> См.: Махонина Л. У виртуального продавца виртуальное качество // ЭЖ-Юрист. 2011. № 46. С. 13.

## 1.2. Система законодательства о дистанционной торговле товарами и услугами

Обеспечение эффективного правового регулирования общественных отношений требует наличия соответствующей объективным требованиям системы правовых источников. В настоящее время в Российской Федерации продолжается «интенсивная работа, связанная с качественным обновлением, совершенствованием законодательства, с разработкой и принятием принципиально новых законодательных актов»<sup>35</sup>, в том числе для сферы дистанционной торговли. Постепенно складывается устойчивая система законодательства и подзаконных нормативно-правовых актов, нормы которых прямо или косвенно относятся к указанной области общественных отношений.

Так, к числу базовых правовых источников, нормы которых регулируют отношения при осуществлении дистанционной торговли, могут быть отнесены ГК РФ, прежде всего статьей 497 ГК РФ, Федеральный закон «О рекламе», Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей», Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации», Федеральный закон «Об электронной подписи», Постановление Правительства Российской Федерации «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом» и другие правовые источники.

Правовое регулирование отдельных аспектов, связанных с дистанционной торговлей, содержатся также в ряде положений Федерального закона «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака», Федерального закона «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», Федерального закона «Об обращении лекарственных средств», Федерального закона «О драгоценных

---

<sup>35</sup> Мазурык К.З. Механизм реализации закона / Право: теория и практика, 2013. № 1-2. С. 30

металлах и драгоценных камнях» и ряда других специальных законодательных актов.

В Директиве Европейского Союза от 20 мая 1997 года № 97/7 ЕС «О защите прав потребителей» договор дистанционной купли-продажи товаров определяется как «любой договор по продаже товаров или предоставлению услуг, заключенный между поставщиком и потребителем в соответствии с рассчитанной на неоднократное применение схемой предоставления товаров или услуг на расстоянии в период времени, предшествующий заключению договора, и в момент заключения договора»<sup>36</sup>.

В отечественной практике в качестве особенностей договора дистанционной розничной купли-продажи товара, позволяющих отличать его от традиционного договора розничной купли-продажи выделяют дистанционный способ заключения, основанный на использовании различного рода телекоммуникационных средств, и специфическую форму<sup>37</sup>.

Нормы ГК РФ, регулирующие отношения розничной купли-продажи, в целом распространяются на отношения, которые складываются при заключении договора дистанционной купли-продажи. До 2008 года в вышеуказанной статье ГК РФ была предусмотрена возможность заключения договора розничной купли-продажи на основании ознакомления покупателя с образцом товара (его описанием, каталогом товаров и т.п.), предложенным продавцом. Это положение противоречило пункту 1 статьи 26.1 Закона «О защите прав потребителей», которая не предполагает непосредственного ознакомления как с предметом договора купли-продажи в ходе заключения последнего, так и с его образцом.

Дистанционный способ продажи предполагает возможность покупателя ознакомиться не с самим товаром или его аналогом (образцом), а только с описанием, поскольку товар или образец находятся на удалении от

---

<sup>36</sup> Орешина О. Особенности дистанционного способа продаж товаров/Реклама и право. – 2008. №1. С. 45.

<sup>37</sup> Белова О.А. Правовая природа договора дистанционной розничной купли-продажи: диссертация кандидата юридических наук: 12.00.03. Волгоград, 2010. С. 50.

покупателя. В настоящее время данное противоречие устранено, в ГК РФ дистанционный способ приобретения товара отделен от способов продажи товара по образцам.

Правила продажи товаров дистанционным способом, являющиеся основным специальным нормативно-правовым актом в рассматриваемой сфере, детализируют положения ГК РФ и Закона «О защите прав потребителей», в частности, закрепляя требование об обязательном предоставлении продавцом информации, в том числе о товаре, его продавце и иных обстоятельствах, связанных с приобретением, использованием или возвратом товара.

Правилами продажи товаров дистанционным способом запрещена продажа дистанционным способом алкогольной продукции<sup>38</sup>, а также товаров, свободная реализация которых запрещена или ограничена законодательством Российской Федерации, включая оружие<sup>39</sup>, наркотические и психотропные вещества<sup>40</sup>. Роспотребнадзор разъяснил<sup>41</sup> необходимость соблюдения указанных ограничений, установленных пунктом 5 Правил.

Дополнительные ограничения на продажу дистанционным способом некоторых видов товаров предусмотрены также пунктом 4 Правил продажи отдельных видов товаров<sup>42</sup>, в частности, вне стационарных мест торговли

---

<sup>38</sup> См. также Федеральный закон от 22.11.1995 № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» // Собрание законодательства Российской Федерации, 27.11.1995, № 48, ст. 4553.

<sup>39</sup> См. также Федеральный закон от 13.12.1996 № 150-ФЗ «Об оружии» // Собрание законодательства Российской Федерации, 16.12.1996, № 51, ст. 5681.

<sup>40</sup> См. также Федеральный закон от 08.01.1998 № 3-ФЗ «О наркотических средствах и психотропных веществах» // Собрание законодательства Российской Федерации, 12.01.1998, № 2, ст. 219.

<sup>41</sup> Письмо Роспотребнадзора от 12.10.2007 № 0100/10281-07-32 «О контроле за соблюдением Правил продажи товаров дистанционным способом» // Документы и комментарии, № 22, 12.11.2007.

<sup>42</sup> Постановление Правительства Российской Федерации от 19.01.1998 № 55 «Об утверждении Правил продажи отдельных видов товаров, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование покупателя о безвозмездном предоставлении ему на период ремонта или замены аналогичного товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не

запрещена продажа оружия и патронов к нему; лекарственных препаратов; изделий из драгоценных металлов и драгоценных камней; продовольственных товаров (за исключением мороженого, безалкогольных напитков и пива, кондитерских и хлебобулочных изделий в упаковке изготовителя товара); экземпляров аудиовизуальных произведений и фонограмм».

Таким образом, как уже отмечалось ранее, в зависимости от вида товаров, реализуемых с помощью дистанционной торговли, к возникающим при этом отношениям могут применяться нормы таких нормативно-правовых актов, как Федеральный закон «О драгоценных металлах и драгоценных камнях»<sup>43</sup>, Федеральный закон «О средствах массовой информации»<sup>44</sup>, Федеральный закон «О лицензировании отдельных видов деятельности»<sup>45</sup>, Федеральный закон «Об обращении лекарственных средств»<sup>46</sup> и другие законодательные акты, имеющие специальную сферу применения.

При этом возникают вопросы относительно возможности продажи дистанционным способом лекарственных препаратов и БАД. По мнению М.Ю. Шандры, между некоторыми правовыми актами возникает противоречие<sup>47</sup>.

Так, с одной стороны, доставка лекарственных препаратов возможна в силу прямого указания закона. В частности, на основании пункта 2 статьи 2

---

подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации» // Собрание законодательства Российской Федерации, 26.01.1998, № 4, ст. 482.

<sup>43</sup> Федеральный закон от 26.03.1998 № 41-ФЗ «О драгоценных металлах и драгоценных камнях» // Собрание законодательства Российской Федерации, 30.03.1998, № 13, ст. 1463.

<sup>44</sup> Закон Российской Федерации от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации» // Ведомости Совета народных депутатов и Верховного совета Российской Федерации, 13.02.1992, № 7, ст. 300.

<sup>45</sup> Федеральный закон от 04.05.2011 № 99-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности» // Собрание законодательства Российской Федерации, 09.05.2011, № 19, ст. 2716.

<sup>46</sup> Федеральный закон от 12.04.2010 № 61-ФЗ «Об обращении лекарственных средств» // Собрание законодательства Российской Федерации, 19.04.2010, № 16, ст. 1815.

<sup>47</sup> Шандра М.Ю. Правовое положение интернет-аптек на рынке лекарственных средств. Закон и право, № 2, 2013. С. 58-61.



Федерального закона «О предоставлении социальных гарантий Героям Социалистического Труда, Героям Труда Российской Федерации и полным кавалерам ордена Трудовой Славы»<sup>48</sup> в качестве гарантии для указанной группы лиц предусмотрена доставка по заключению врача лекарств на дом. Получается, что теоретически лекарства могут быть доставлены на основании дистанционного заказа, направленного в Интернет-аптеку, т.е. полноценную аптеку, имеющую зарегистрированный сайт. С другой стороны, в соответствии с пунктом 4 Правил продажи отдельных видов товаров не допускается разносная и иная торговля лекарственными препаратами вне стационарных торговых мест. Проблема вытекает из буквального толкования положений статьи 493 ГК РФ, согласно которой момент заключения договора розничной купли-продажи признается момент выдачи продавцом кассового или товарного чека покупателю. Получается, что, поскольку запрещена торговля лекарствами вне стационарного помещения, т.е. вне помещения аптеки, то договор должен быть заключен в аптеке, для этого он должен быть оплачен в аптеке.

Доставка лекарственного препарата осуществляется после его заказа по телефону или через сеть Интернет. Такая услуга, как заказ лекарственного средства через Интернет или по телефону, законодательством не запрещена.<sup>49</sup> Когда заказ на товар из ассортимента аптеки происходит с использованием средств коммуникации, а затем осуществляется его доставка, имеет место дистанционный способ продаж. Однако единого мнения относительно законности и целесообразности дистанционной продажи лекарственных препаратов к настоящему времени не сложилось. Для урегулирования указанного вопроса необходимо ввести в нормативно-

---

<sup>48</sup> Федеральный закон от 09.01.1997 № 5-ФЗ «О предоставлении социальных гарантий Героям Социалистического Труда, Героям Труда Российской Федерации и полным кавалерам ордена Трудовой Славы» // Собрание законодательства Российской Федерации, 20.01.1997, № 3, ст. 349.

<sup>49</sup> Шандра М.Ю. Указ. соч., С. 60.

правовой оборот понятия «Интернет-аптека», закрепив процедуру покупки и доставки лекарственных средств.

При приобретении товара покупатель передает продавцу свои данные, включая фамилию, имя, отчество покупателя или указанного им лица (получателя), а также адрес, по которому следует доставить товар, телефон и адрес электронной почты для связи и т.д. Продавец обязан обеспечивать конфиденциальность полученных персональных данных о покупателе (получателе) в соответствии с Федеральным законом «О персональных данных»<sup>50</sup>.

К числу правовых источников, регулирующих анализируемую в настоящей работе область общественных отношений, относятся Федеральный закон «О связи»<sup>51</sup> (далее – ФЗ «О связи»), в целях реализации которого приняты Правила оказания телематических услуг<sup>52</sup>, а также Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»<sup>53</sup>, которым урегулированы некоторые аспекты электронной торговли и закреплены определения ряда дефиниций, включая понятия сайта в сети Интернет, доменного имени, владельца сайта в сети Интернет, провайдера хостинга и других, в отсутствие которых сложно говорить о возможности дать правовую оценку отношениям, возникающим в процессе электронной торговли. Указанный Федеральный закон устанавливает также требования к порядку размещения информации в сети

---

<sup>50</sup> Федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных» // Собрание законодательства Российской Федерации, 31.07.2006, № 31 (1 ч.), ст. 3451.

<sup>51</sup> Федеральный закон от 07.07.2003 № 126-ФЗ «О связи» // Российская газета, № 135, 10.07.2003.

<sup>52</sup> Постановление Правительства Российской Федерации от 10.09.2007 № 575 «Об утверждении Правил оказания телематических услуг связи» // Собрание законодательства Российской Федерации, 17.09.2007, № 38, ст. 4552.

<sup>53</sup> Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» // Собрание законодательства Российской Федерации, 31.07.2006, № 31 (1 ч.), ст. 3448.

Интернет и формату размещаемой информации, закрепляет обязанности организатора распространения информации в сети Интернет<sup>54</sup>.

Важную роль в вопросах регламентации дистанционной торговли играют законодательные акты, устанавливающие ответственность за нарушение требований к дистанционной торговле, в частности, требований к информации о продавце. Несоблюдение соответствующих требований влечет для продавца главным образом административную ответственность, в частности, в соответствии со статьей 14.5. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях<sup>55</sup> (далее – КоАП). Однако рассмотрение данных аспектов выходит за рамки настоящего исследования.

Таким образом, сложилась достаточно устойчивая система нормативно-правовых актов, регулирующих отношения, связанные с дистанционной торговлей. При этом многие проблемы правового регулирования в рассматриваемой сфере до настоящего времени не решены. Так, Правилами дистанционной торговли не предусмотрена возможность приобретения товаров в кредит<sup>56</sup>, существуют сложности с выполнением законодательных требований в отношении персональных данных.

Для распространения положений о дистанционной торговле на отношения, возникающие в процессе дистанционного оказания (заказа) услуг, требуется пересмотреть подходы, заложенные в Законе Российской Федерации «О защите прав потребителей» и Правилах продажи товаров дистанционным способом, а также привести в соответствие с указанными

---

<sup>54</sup> См.: Постановление Правительства Российской Федерации от 31.07.2014 № 743 «Об утверждении Правил взаимодействия организаторов распространения информации в информационно-телекоммуникационной сети Интернет с уполномоченными государственными органами, осуществляющими оперативно-розыскную деятельность или обеспечение безопасности Российской Федерации» // Собрание законодательства Российской Федерации, 11.08.2014, № 32, ст. 4516.

<sup>55</sup> Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ (ред. от 12.03.2014) // Собрание законодательства Российской Федерации, 07.01.2002, № 1 (ч. 1), ст. 1.

<sup>56</sup> Зайченко И.М. Дистанционная торговля как один из способов реализации стратегии развития бизнеса / Экономические реформы в России. Тенденции и перспективы: Сборник научных трудов. – СПб.: Издательство Политехнического университета, 2012. – С. 9 - 11.

правовыми актами иные источники, затрагивающие данную сферу. Положения ГК РФ в части оказания услуг также требует определенных уточнений.

Представляется целесообразным возможным объединить в одном документе регулирование дистанционных купли-продажи и оказания услуг, включив в Правила продажи товаров дистанционным способом нормы, касающиеся сферы услуг, с изменением наименования рассматриваемого документа, например, заменив его название на Правила продажи товаров, выполнения работ и оказания услуг дистанционным способом. При этом потребуется структурная переработка существующей системы нормативно-правовых актов, регулирующих оборот товаров (работ, услуг) на потребительском рынке Российской Федерации, однако предлагаемый подход будет в полной мере отвечать лучшим мировым практикам и способствовать процессу гармонизации национального законодательства с законодательством государств, с которыми у Российской Федерации существует значительный и стабильный товарооборот.

### **1.3. Особенности правового регулирования электронной торговли и предоставления доступа к произведениям и объектам смежных прав как видов дистанционной торговли**

В современном мире наиболее востребованной формой дистанционной торговли становится электронная торговля осуществляемая через сеть Интернет. В связи с развитием новых технологий, включая в том числе технологию блокчейн, следует ожидать дальнейшего роста популярности электронной торговли и увеличения уровня надежности связанных с ней транзакций. Однако до настоящего времени не выработано определение понятия «электронная торговля».

Так, в законопроекте «Об электронной торговле» под оно раскрывалось как «предпринимательская деятельность, направленная на продажу или поставку товаров, выполнение работ, оказание услуг и осуществляемая с использованием электронных сообщений»<sup>57</sup>. Модельный закон исходит из более широкого определения данного понятия, рассматривая ее как любую «торговлю, осуществляемую с использованием информационных систем, информационно-коммуникационной сети и электронных процедур»<sup>58</sup>.

Согласно принятому в США подходу к электронной торговле относится любая совершённая с помощью компьютерной сети сделка<sup>59</sup>.

В разработанном Комиссией ООН по праву и международной торговле типовом законе «Об электронной торговле» предложено наиболее широкое

---

<sup>57</sup> Проект Федерального закона «Об электронной торговле», внесенный в Государственную думу 8 февраля 2005 года депутатами В.Я. Комиссаровым, К.В. Ветровым, А.Н. Хайрулиным. 2014 // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».

<sup>58</sup> Модельный закон об электронной торговле (Принят в г. Санкт-Петербурге 25.11.2008 Постановлением 31-12 на 31-ом пленарном заседании Межпарламентской Ассамблеи государств-участников СНГ) // Информационный бюллетень. Межпарламентская Ассамблея государств-участников Содружества Независимых Государств. 2009. № 43. С. 268 - 293.

<sup>59</sup> Корень А.В. Налогообложение субъектов электронной коммерции: проблемы и перспективы: монография. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2011. С. 6-9.

определение понятия «электронной торговли», с отнесением к нему любых видов осуществляемых в электронной форме предпринимательских отношений, «включая куплю-продажу товаров и услуг, факторинг, лизинг, строительство промышленных объектов, инвестирование, финансирование, консультационные и банковские услуги, страхование и т.д.»<sup>60</sup>. Данное определение, как представляется, может быть применено в отношении понятия «электронная коммерция» в целом.<sup>61</sup>

С.Л. Орлов дает еще более развернутую дефиницию – «электронный бизнес», который включает в себя следующие направления: электронная коммерция, коммерция с помощью мобильного телефона, банковские сетевые операции, электронные биржевые операции, работа через сеть или телеработа; выполнение функций маркетинга в сети Интернет, элементы управления хозяйственными объектами с использованием сети, реализация информационной рекламы, оказание медицинских консультаций и общение в сети Интернет, дистанционное обучение через сеть, организация административного управления городами и регионами»<sup>62</sup>. По нашему мнению, это слишком обобщенное понятие, включающее в себя различные области: услуги, торговлю, банкинг, что затрудняет применение единого подхода. Нас же интересует смежная область общественных отношений, подпадающая под определение электронной торговли, что еще более важно – Интернет-торговли.

На доктринальном уровне также отсутствует единое понимание электронной торговли и ее основных особенностей. Так, по мнению большинства зарубежных исследователей к данному понятию следует относить хозяйственную деятельность, которая осуществляется с

---

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

<sup>61</sup> См.: Корень А.В. Указ. соч., С. 8.

<sup>62</sup> Современная торговля: вопросы конкурентоспособности и социальной политики: монография / под общ. ред. д.э.н., проф. С.Л. Орлова. – М.: ИД «ФОРУМ»Ю 2014. С. 174-175.

использованием телекоммуникационных сетей<sup>63</sup>, в том числе как сети Интернет, так и локальных корпоративных сетей. В публикациях российских исследователей электронная торговля зачастую полностью отождествляется со случаями реализации товаров и оказанием услуг через сеть Интернет<sup>64</sup>.

Следует отметить, что электронная торговля, действительно, может осуществляться с использованием различного рода сетевых и иных телекоммуникационных решений, причем электронная подпись, используемая в корпоративных сетях, и электронная подпись, используемая в сети Интернет, будет расцениваться как равнозначная собственноручной подписи покупателя, если она отвечает требованиям к электронной подписи, установленными Федеральным законом «Об электронной подписи»<sup>65</sup> и другими нормативными правовыми актами<sup>66</sup>, а также локальными актами, регламентирующими использование подписи в корпоративных целях. Но в данном случае речь идет о дистанционной торговле как по принципу В2С (Business to Consumer, или «бизнес для потребителя»), так и по принципу В2В (Business to Business, или «бизнес для бизнеса»), что опять-таки выходит за рамки нашего исследования.

---

<sup>63</sup> Friedman, B., Greve, M., Kockfield, A. E-Taxes: Between Cartel and Competition // AEI Federalist Outlook. – 2001. - № 8. P. 52; Operkent, A. The Law Problems of Electronic Economy // Journal of Monetary Economics. – 2001. - № 12. P. 25.

<sup>64</sup> См.: Платошкин Н.А. Торговля на потребительском рынке: административная ответственность и налогообложение. – М.: Издательство «Спутник+», 2011. С. 13.

<sup>65</sup> Федеральный закон от 06.04.2011 № 63-ФЗ (ред. от 28.06.2014) «Об электронной подписи» // Собрание законодательства Российской Федерации, 11.04.2011, № 15, ст. 2036.

<sup>66</sup> Постановление Правительства Российской Федерации от 09.02.2012 № 111 «Об электронной подписи, используемой органами исполнительной власти и органами местного самоуправления при организации электронного взаимодействия между собой, о порядке ее использования, а также об установлении требований к обеспечению совместимости средств электронной подписи» (вместе с «Правилами использования усиленной квалифицированной электронной подписи органами исполнительной власти и органами местного самоуправления при организации электронного взаимодействия между собой», «Требованиями к обеспечению совместимости средств электронной подписи при организации электронного взаимодействия органов исполнительной власти и органов местного самоуправления между собой») // Собрание законодательства Российской Федерации, 20.02.2012, № 8, ст. 1027.

В связи с тем, что электронная торговля должна рассматриваться как один из видов дистанционной торговли, на электронную торговлю должны распространяться положения статьи 497 ГК РФ и Правил продажи товаров дистанционным, в том числе в случае осуществления электронной торговли с использованием сайтов в сети Интернет<sup>67</sup>.

Национальный стандарт ГОСТ Р 51303-2013 фактически приравнивает электронную торговлю к Интернет-торговле: «Это форма электронной торговли, при которой ознакомление покупателя с товаром и условиями продажи, а также сообщение продавцу о намерении купить товар происходит посредством информационно-коммуникационной сети Интернет»<sup>68</sup>.

Отдельную особую проблему составляют случаи, в которых потребители приобретают не просто некоторые товары в электронной форме или на электронных носителях, а получают возможность доступа к объектам авторских или смежных прав в сети Интернет для их просмотра, прочтения или прослушивания. При этом потребители, приобретающие доступ к содержащим такие объекты сетевым ресурсам, возможность скачивания файлов с такими объектами или возможность их использования в иных формах, например, путем прослушивания в «потокном режиме», достаточно часто оказываются введены в заблуждение относительно содержания соответствующих ресурсов или файлов, условий доступа к ним, качестве представленной информации, существующих ограничениях при использовании, а в ряде случаев также в отношении законности использования соответствующих объектов интеллектуальных прав.

---

<sup>67</sup> В соответствии с п. 13 ст. 2 Федерального закона «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 № 149-ФЗ (ред. от 01.02.2014) под веб-сайтом понимается «совокупность программ для электронных вычислительных машин и иной информации, содержащейся в информационной системе, доступ к которой обеспечивается посредством информационно-телекоммуникационной сети Интернет по доменным именам и (или) по сетевым адресам, позволяющим идентифицировать сайты в сети Интернет.

<sup>68</sup> Приказ Росстандарта от 28.08.2013 № 582-ст «Об утверждении национального стандарта ГОСТ Р 51303-2013. Национальный стандарт Российской Федерации. Торговля. Термины и определения» // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».



В связи с этим необходимо распространить защиту прав потребителей на случаи приобретения ими доступа к произведениям в электронной форме, в том числе через сеть Интернет, включая возможность предъявления требований о полном возврате средств, выплате неустоек (штрафов) и компенсации морального вреда в случае, если потребитель был введен в заблуждение или не в полной мере проинформирован об условиях предоставления доступа и возможных его ограничениях, а также в случае если использование произведений, доступ к которым предоставляется потребителю (пользователю), осуществляется незаконно, с нарушением требований законодательства Российской Федерации об интеллектуальной собственности.

Поскольку потребитель обязан прекратить доступ к незаконно размещенному в сети Интернет или иным образом незаконно используемому произведению, ему должна быть обеспечена возможность применения всех предоставленных Законом Российской Федерации «О защите прав потребителей» мер в отношении лица, оказывавшего ему услуги по предоставлению доступа к незаконно размещенному контенту, а также в отношении владельца соответствующего сетевого ресурса, которые должны отвечать перед потребителем солидарно, по аналогии с солидарной ответственностью изготовителей и продавцов товаров, приобретаемых физическими лицами в розничной торговле не для коммерческих целей.

Вопрос об обязанности потребителей прекратить использование произведений при обнаружении факта незаконности их использования заслуживает отдельного рассмотрения.

В законодательстве отсутствует общее требование к потребителям о запрете использования ими контрафактных экземпляров произведений и фонограмм или прекращения использования произведений и объектов смежных прав в иных случаях, в отношении которых потребителям становится известно, что произведения или объекты смежных прав

предоставлены им для использования незаконно, например, незаконно размещены на информационных ресурсах в сети Интернет.

Однако вывод о том, что потребитель должен прекратить использование услуги, в частности, услуги предоставления доступа к произведениям, если он узнал о незаконности использования таких произведений, например, о незаконности размещения книги в электронной библиотеке или незаконности предложения о скачивании компьютерной программы, компьютерной игры и т.д., как представляется, для значительной части случаев использования произведений и объектов смежных прав следует непосредственно из действующего законодательства Российской Федерации и положений международных договоров Российской Федерации.

Например, согласно статье 1273 ГК РФ не допускается воспроизведение книг полностью без согласия правообладателей. Таким образом, если потребитель скачивает книгу, о неправомерности размещения которой ему известно, он сам становится нарушителем исключительных прав. Указанной статьей также запрещено воспроизведение в личных целях программ для ЭВМ и баз данных.

Непосредственно из положений статьи 1270 ГК РФ следует, что любое воспроизведение произведений, если лицу, которое воспроизводит произведения, известно, что оно осуществляет такое воспроизведение без согласия правообладателя, должно признаваться нарушением исключительных прав на соответствующие произведения. Устанавливаемые ограничения исключительных прав относятся только к случаям правомерного использования и предусматривают существенные ограничения и дополнительные требования в качестве условий их применения. Соответствующие положения законодательства Российской Федерации основываются, в свою очередь, на положениях международных договоров в сфере авторского права и смежных прав, среди которых представляется необходимым упомянуть прежде всего Бернскую конвенцию об охране

литературных и художественных произведений (1886 г., в редакции 1979 г.), Договор ВОИС по авторскому праву 1996 г. (ДАП), Договор ВОИС по исполнениям и фонограммам 1996 г. (ДИФ), Пекинский договор по аудиовизуальным исполнениям 2012 г.

Таким образом, в случае если потребитель обнаруживает, что произведения используются незаконно, он обязан прекратить незаконное использование, нарушающее авторские права третьих лиц, но при этом должен также обладать возможностью защитить свои права потребителя, обратившись с требованиями о взыскании убытков и выплате компенсаций к поставщику услуг, например, владельцу базы данных, электронной библиотеки, «электронного кинотеатра» и т.д. Возникающая при этом проблема соотношения прав потребителей с правами обладателей исключительных прав на произведения и объекты смежных прав рассматривается в Главе 3 настоящей работы.

Необходимо развивать законодательную базу, предусматривающую, в частности, правила саморегулирования деятельности предпринимателей в сфере дистанционной торговли, этические нормы поведения участников дистанционной торговли, правила расчетов банковскими картами при покупках товара дистанционным способом, типовые формы договоров дистанционной купли-продажи товаров и некоторые другие аспекты. Данная проблема составляет предмет самостоятельного исследования, который выходит за рамки настоящей работы.

## **Выводы к Главе 1:**

1. Обоснована целесообразность распространения положений о дистанционной торговле на отношения, возникающие в процессе дистанционного заказа и оказания услуг потребителям, в том числе связанных с использованием объектов авторских и смежных прав. Обоснован вывод о необходимости рассмотрения дистанционного оказания услуг в качестве одного из видов дистанционной торговли и предложено авторское определение понятия «оказание (заказ) услуг дистанционным способом», под которым следует понимать оказание на возмездной основе услуг (совершение разово или систематически определенных действий, осуществление определенной деятельности) в пользу заказчика (потребителя услуг) дистанционно, без физического присутствия заказчика в месте оказания услуги, посредством информационно-телекоммуникационной сети Интернет и иных средств связи, а также заказ услуг посредством указанных средств и иными способами, исключая непосредственный контакт заказчика с исполнителем в момент заключения договора на оказание услуг.

3. Исследование правовой природы дистанционной торговли позволило охарактеризовать понятие «дистанционная торговля» с учетом необходимости отнесения к нему как продажи товаров, так и оказания услуг, в том числе связанных с использованием произведений и объектов смежных прав, и предложить авторское определение данного понятия для целей его нормативного закрепления.

4. Необходимо распространить защиту прав потребителей на случаи приобретения ими доступа к произведениям в электронной форме, в том числе через сеть Интернет, включая возможность предъявления требований о полном возврате средств, выплате неустоек (штрафов) и компенсации морального вреда в случае, если потребитель был введен в заблуждение или не в полной мере проинформирован об условиях предоставления доступа и

возможных его ограничениях, а также в случае если использование произведений, доступ к которым предоставляется потребителю (пользователю), осуществляется незаконно, с нарушением требований законодательства Российской Федерации об интеллектуальной собственности.

В связи с тем, что потребитель обязан прекратить доступ к незаконно размещенному в сети Интернет или иным образом незаконно используемому произведению, ему должна быть обеспечена возможность применения всех предоставленных Законом Российской Федерации «О защите прав потребителей» мер в отношении лица, оказывавшего ему услуги по предоставлению доступа к незаконно размещенному контенту, а также в отношении владельца соответствующего сетевого ресурса, которые должны отвечать перед потребителем солидарно, по аналогии с солидарной ответственностью изготовителей и продавцов товаров, приобретаемых физическими лицами в розничной торговле не для коммерческих целей.

## **Глава 2. Характеристика правоотношений, возникающих при дистанционной торговле товарами и услугами**

### **2.1. Участники правоотношений в сфере дистанционной торговли товарами и услугами**

Отношения, возникающие в рамках дистанционной торговли, должны быть урегулированы правом. По справедливому замечанию Ю.Д. Дубровина, «право есть явление нематериальной, внешней природы, продукт духовной деятельности человека»<sup>69</sup>, что свидетельствует о его материализации из конкретных жизненных условий, т.е. исходя из тех потребностей в обществе, которые складываются на данный момент времени. Право призвано урегулировать эти отношения, но оно не появляется извне как некая данность – оно диктуется жизнью.

В этой связи интересно утверждение А.Б. Венгерова о том, что норма права «живет, реализуется в правоотношении, которое и есть в этом смысле результат действия нормы права»<sup>70</sup>. По мнению С.Н. Братуся, нормы права «определяют границы поведения людей или, что означает то же самое, регулируют это поведение»<sup>71</sup>. Л.С. Явич пишет, что правовое регулирование заключается в «опосредовании велений юридических норм в сознании и воле индивидов, в подчинении их воли государственной воле, выраженной в праве, и имеет своей задачей определять границы поведения людей и тем самым упорядочивать общественные отношения..., придавать устойчивость и определенную силу этим отношениям»<sup>72</sup>. Безусловно, поведение

---

<sup>69</sup> Дубровин Ю.Д., Любимов А.П. *Философия права: учебное пособие* / Институт экономики, управления и права Московского государственного университета культуры и искусств. – Москва: МГУКИ, 2014. С. 6.

<sup>70</sup> Венгеров А.Б. *Теория государства и права: учеб. [для юрид. вузов]* / А.Б. Венгеров. – 10-е изд. стер. – М.: Издательство «Омега-Л», 2014. С. 456.

<sup>71</sup> Братусь С.Н. *О роли советского права в развитии производственных отношений.* – М., 1954. С. 12

<sup>72</sup> Явич Л.С. *К вопросу о предмете и методе правового регулирования* / Л.С. Явич. Сб. *Вопросы общей теории советского права.* М., 1960. С. 47-48.

участников отношений в сфере дистанционной торговли, являющихся относительно новым явлением для российской правовой системы, также строго регламентировано федеральным законодательством.

Отношения, возникающие в связи с осуществлением дистанционной торговли, могут быть разделены на отношения, участниками которых являются потребители и хозяйствующие субъекты, и отношения, возникающие в связи с регулирующим воздействием в процессе государственного регулирования<sup>73</sup>.

Надо отметить, что «содержание правоотношения» как самостоятельное понятие не имеет единого определения в цивилистической науке. Например, О.С. Иоффе говорит об отношении между субъектами, устанавливаемом в связи с определенным объектом, по поводу которого у участников правоотношения возникают права и обязанности<sup>74</sup>. Из указанного тезиса можно сделать вывод, что в качестве содержания правоотношений рассматриваются правомочия и обязанности, о которых говорит автор, поскольку субъекты и объект правоотношений – неотъемлемая часть правоотношений, без которых последние не могут существовать. В свою очередь А.Б. Венгеров справедливо замечает, что правовое регулирование отношений представляет собой «процесс надления участников общественных отношений правомочиями, обязанностями, ответственностью (дозволениями, запретами, управомочиями) реализации этих правомочий, обязанностей, превращения этих участников в субъектов правовых отношений»<sup>75</sup>. Этот постулат в общих чертах также указывает на содержание правоотношений, выраженное во взаимно корреспондирующих субъективных правах и юридических обязанностях участников правоотношений, в которых выражается особая общественная связь

---

<sup>73</sup> Скворцова Т.А., Смоленский М.Б. Предпринимательское право: учебное пособие / под ред. Т.А. Скворцовой. М.: Юстицинформ, 2014 // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».

<sup>74</sup> Иоффе О.С. Обязательственное право. М., 1975. С. 549.

<sup>75</sup> Венгеров А.Б. Указ. соч., С. 454.

участников. Анализ вышеозначенных тезисов и мнений позволяет нам рассматривать структуру правоотношений как связь таких элементов, как субъекты, объект и содержание правоотношения.

При участии в таких отношениях предпринимателей следует учитывать, что предпринимательство представляет собой «процесс, направленный на систематическое извлечение прибыли законным путем»<sup>76</sup>. Системность как институциональную черту предпринимательской деятельности подчеркивают многие отечественные правоведы. Так, И.Н. Герчикова считает, что предпринимательство должно «осуществляться на постоянной основе, а не на основе единичных или разовых сделок»<sup>77</sup>. А.С. Пелих также рассматривает предпринимательскую деятельность в качестве «совокупности последовательно или параллельно осуществляемых сделок»<sup>78</sup>. Из указанного следует, что дистанционная торговля является систематической деятельностью, осуществляемой на потребительском рынке в целях извлечения прибыли хозяйствующими субъектами. Что касается потребителя, то в контексте настоящей работы мы апеллируем к ФЗ о защите прав потребителей, который в качестве потребителя рассматривает гражданина, имеющего намерение заказать или приобрести либо заказывающего, приобретающего или использующего товары (работы, услуги) исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности. Непосредственную характеристику каждому из указанных участников правоотношений в сфере дистанционной торговли мы дадим в самостоятельном параграфе.

---

<sup>76</sup> Брагин Л.А., Иванов Г.Г., Стукалова И.Б. Розничная торговля: современные тенденции и перспективы развития. – М.: ГОУ ВПО «РЭА им. Плеханова Г.В.», 2009. С. 11-12.

<sup>77</sup> Герчикова И.Н. Менеджмент: учебник. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Банки и биржи; ЮНИТИ, 1995. С. 25.

<sup>78</sup> Пелих А.С. Основы предпринимательства / под ред. А.С. Пелиха. – Ростов н/Д.: Экспертное бюро, М.: Гардарики, 1996. С. 9.



В качестве объекта правоотношений могут выступать различные товары, кроме тех, реализация которых дистанционными способами не допускается в связи с законодательно установленными ограничениями. Так, только в стационарных местах возможна реализация лекарственных препаратов и БАД, невозможна дистанционная торговля оружием, наркотическими и психотропными веществами, другими товарами, оборот которых в Российской Федерации запрещен.

При определении содержания рассматриваемых правоотношений следует учитывать, что, как представляется, материальное содержание предшествует юридическому, поскольку права и обязанности приобретают правовую основу только после их формализации правом: «субъективные права и обязанности появляются лишь в результате правового регулирования»<sup>79</sup>.

Но и регулирование не существует как «вещь в себе» – оно направлено упорядочить отношения, которые должны складываться в реальном времени, и должны существовать объективно. В нашем случае их объективное существование выражается в активных действиях, которые оформляются в направленные на куплю-продажу товара дистанционным способом правоотношения. Существование последних также не представляется возможным без определения их юридического содержания в виде предоставленных участникам правоотношений субъективных прав и установленных юридических обязанностей.

Субъективное гражданское право представляет собой «юридическую возможность субъекта в правоотношении – принадлежащую ему меру дозволенного (свободного) поведения, обеспечиваемую государством»<sup>80</sup>.

---

<sup>79</sup> Гражданское право. Учебник. Часть I. Издание второе, переработанное и дополненное / Под ред. А.П. Сергеева, Ю.К. Толстого. – М.: «ПРОСПЕКТ», 1997. С. 79.

<sup>80</sup> Гражданское право: учебник / С.С. Алексеев, Б.М. Гонгало, Д.В. Мурзин (и др.); под общ. ред. С.С. Алексеева. – М.: ТК Велби; Екатеринбург: Институт частного права, 2006. С. 44-46.

Субъективное право – это «воледозволенность»<sup>81</sup>, для которого характерны следующие признаки: мера возможного поведения, ограниченная правовыми нормами и юридическими фактами; реализация обеспечивается путем возложения соответствующей обязанности на другого субъекта правоотношений, которая корреспондирует субъективному праву; целью является удовлетворение потребностей участника правоотношения, наделенного таким правом; наличие юридического или фактического поведения субъекта, наделенного субъективным правом.

Юридическая обязанность является мерой необходимого поведения предписанной субъекту правоотношений, выражается «в долженствовании определенного поведения, притом долженствовании, характеризующемся однозначностью по содержанию, императивностью, неприкасаемостью такого поведения, обеспеченностью этой императивности юридическими механизмами»<sup>82</sup>. Именно подобный юридический механизм и предполагает наличие у другого участника правоотношений корреспондирующего этой обязанности права требования ее исполнения, которое с юридической точки зрения «носит название притязания»<sup>83</sup>.

Анализ судебной практики показывает, что Правила продажи товаров дистанционным способом предусматривают два варианта определения момента заключения договора, но не указывают, «в каких случаях договор считается заключенным с момента выдачи чека, а в каких – с момента получения продавцом сообщения покупателя. Такая формулировка не отвечает критерию определенности»<sup>84</sup>. По нашему мнению, моментом договора, если исходить из деловой практики и норм ГК РФ, является

---

<sup>81</sup> Дювернуа Н.Л. Чтения по гражданскому праву: В 2 т. М., 2004. Т. 1. С. 254.

<sup>82</sup> Гражданское право: учебник / С.С. Алексеев, Б.М. Гонгало, Д.В. Мурзин (и др.); под общ. ред. С.С. Алексеева. – М.: ТК Велби; Екатеринбург: Институт частного права, 2006. С. 44-46.

<sup>83</sup> Там же.

<sup>84</sup> Чернова О.А., Бурак Е.Ю. «Комментарий к Закону Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» (постатейный) // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».

момент получения продавцом акцепта со стороны покупателя на покупку товара на условиях, указанных в оферте.

Само право на информацию входит в «содержание обязательственных гражданских правоотношений с участием граждан-потребителей»<sup>85</sup>. Причем в соответствии с пунктом 1 статьи 495 ГК РФ обязанностью продавца является предоставление покупателю необходимой и достоверной информации о товаре, предлагаемом к продаже, причем для дистанционной формы продажи право на информацию имеет свою специфику<sup>86</sup>. Более того, при заключении договора поскольку у потребителя нет возможности ознакомиться с товаром (образцом), такая обязанность – предоставление потребителю полноценной информации о товаре – вменяется продавцу еще до момента заключения договора. Данное право потребителя рассматривается в цивилистике как одно из главенствующих, поскольку нередко именно реализация права на информацию обеспечивает интересы потребителя, в том числе связанные с приобретением товара<sup>87</sup>.

Законодательство исходит из права потребителя на получение качественного товара<sup>88</sup>. Если приобретен товар ненадлежащего качества, потребитель имеет право потребовать его замены независимо от того, является приобретенная вещь простой или технически сложной. Иным образом обстоит дело в случае приобретения контрафактного товара, отвечающего критериям качества, поскольку законодателем не предусмотрено право потребителя требовать замены контрафактной продукции на иную, если, конечно, потребитель не был введен в заблуждение. Но это является самостоятельным предметом судебного разбирательства.

---

<sup>85</sup> Право и информатизация общества. Сб. науч. тр./ Отв. ред. Бачило И.Л. – М., 2002. С. 63.

<sup>86</sup> Белова О.А. Указ. соч., С. 89-90.

<sup>87</sup> Комментарий к Закону Российской Федерации «О защите прав потребителей»/ Под общей ред. М.Ю. Чельшева. – М., 2003. С. 74-75.

<sup>88</sup> Внуков Н.А. Гражданско-правовое регулирование договорных отношений с участием граждан-потребителей: Монография /Н.А. Внуков. – Орел: Издательство ОРАГС. 2011. С. 234.

Следует также выделить иные обязанности продавца, которые возникают у него в рамках исследуемых правоотношений. Главным образом, это касается обязанности продавца передать товар в порядке и срок, установленный договором. Передаваемый потребителю товар должен соответствовать условиям договора купли-продажи и информации, которую продавец должен представить покупателю как в момент заключения договора, так и при его передаче, в том числе для использования в соответствии с целями, о которых продавец был уведомлен покупателем<sup>89</sup>.

При заключении договора дистанционным способом продавец, как правило, запрашивает у покупателя информацию, содержащую персональные данные (ФИО, дата и место рождения, адрес, паспортные данные, а также иную информацию, отнесенную к персональным данным), для осуществления последующей ее обработки, в связи с чем продавец в соответствии с Федеральным законом «О персональных данных» обязан принять необходимые меры организационного и технического характера для защиты получаемых им персональных данных от каких-либо неправомерных действий. В пункте 16 Правил продажи товаров дистанционным способом также предусмотрена обязанность обеспечивать конфиденциальность персональных данных о покупателе. В то же время продавец наделен определенными правами, которым корреспондируют юридические обязанности покупателя.

Так, Правилами продажи товаров дистанционным способом на покупателя возложена обязанность одновременно с акцептом оферты продавца и направлением в адрес последнего сообщения о своем намерении приобрести товар указать в этом сообщении определенные данные (имя, адрес доставки товара, идентифицирующие сведения о приобретаемом товаре и др.) и принять на себя определенным обязательства.

---

<sup>89</sup> Корягин А.Е., Соколова И.Е. Права потребителей: инструкция по применению от Объединения потребителей России. М.: Библиотечка «Российской газеты», 2013. Вып. 2. 192 с. // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».

Продавец также имеет право на получение компенсации понесенных расходов, связанных с доставкой товара надлежащего качества, от которого отказался покупатель.

Таким образом, правоотношения, возникающие между покупателями (потребителями) и продавцами (изготовителями), урегулированы гражданским законодательством и законодательством о защите прав потребителей. Содержание указанных правоотношений реализуется в рамках заключаемых договоров розничной купли-продажи дистанционным способом. Специфика их обусловлена особым статусом покупателей – статусом потребителя, в дополнительных возможностях «обеспечения и защиты своих прав и законных интересов»<sup>90</sup>, предоставляемых именно законодательством о защите прав потребителей. Из чего следует, что в содержании правоотношений в сфере дистанционной торговли права потребителя доминируют над обязанностями продавца (изготовителя), которым является хозяйствующий субъект (юридическое лицо или индивидуальный предприниматель). В этой связи можно выделить три основные группы правомочий покупателя.

Покупатель имеет право на получение информации как о товаре, так и о продавце (изготовителе) этого товара. Продавец обязан довести до потребителя необходимые сведения в наглядной и доступной форме как в момент заключения договора, так и при передаче товара непосредственно покупателю. Перечень информации мы указали выше.

Покупатель имеет право на качественный товар, на который установлен срок годности, т.е. период, по истечении которого товар считается непригодным для использования по назначению. Кроме этого, для некоторых товаров крайне важными являются условия хранения, нарушение которых может привести к их непригодности для использования

---

<sup>90</sup> Витрянский В.В. Договор купли продажи и его отдельные виды. М., Статут. 1999. С.94; Зверева Е.А. Ответственность предпринимателя за нарушение условий договора // Право и экономика. 1997. №3. С.7.

(потребления) раньше истечения установленного срока годности. При этом товар должен быть безопасен для жизни и здоровья потребителя.

Покупатель имеет право требовать от продавца полного возмещения убытков, причиненных ему вследствие продажи товара ненадлежащего качества. Это может быть связано с истечением срока годности, наличием дефектов и т.д.

Несколько иное содержание у правоотношений, которые возникают между предпринимателями, осуществляющими свою деятельность в сфере дистанционной торговли, и регулирующими органами. В отличие от вышерассмотренных частноправовых правоотношений, в которых стороны имеют равные права (хотя права покупателей доминируют над правами продавца), настоящим правоотношениям в большей степени присущ публичный характер, который отличает их обязанностью строго следовать установленным законодательными актами правилам поведения и предписаниям, которые исходят от полномочного органа государственной власти. Следовательно, такой полномочный орган государственной власти – Роспотребнадзор является другим участником правоотношений. Федеральная служба осуществляет функции по выработке и реализации государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере защиты прав потребителей<sup>91</sup>. При этом территориальные Управления Роспотребнадзора ведут активную работу в целях обеспечения деятельности хозяйствующих субъектов, осуществляющих дистанционную продажу товаров, в соответствии с указанными Правилами, а также по пресечению нарушений прав конкретных потребителей в ходе рассмотрения их жалоб и обращений. В данном случае воля Роспотребнадзора всегда будет доминировать над волей предпринимателя, из чего следует, что речь идет об административных отношениях, для которых характерным является то, «что одна из сторон

---

<sup>91</sup> Постановление Правительства Российской Федерации от 30.06.2004 № 322 (ред. от 27.12.2014) «Об утверждении Положения о Федеральной службе по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека» // Собрание законодательства Российской Федерации, 12.07.2004, № 28, ст. 2899.

реализует властные полномочия в отношении другой стороны конкретного правоотношения»<sup>92</sup>.

Особенностью юридических фактов, которые становятся результатом таких правоотношений, является то, что «основным видом правомерных действий служат правовые акты субъектов исполнительной власти, имеющие индивидуальный, т.е. относящийся к конкретному адресату и делу, характер»<sup>93</sup>, т.е. решения Роспотребнадзора. В то же время, учитывая, что правоотношения складываются между органом государственной власти и хозяйствующим субъектом в процессе осуществления последним предпринимательской деятельности в сфере дистанционной торговли, указанные правоотношения целесообразно отнести к разряду предпринимательских, регулирование которых сочетается публичным и частноправовыми методами. Содержанием предпринимательских правоотношений также являются права и обязанности его участников, правда, обязанности продавца (изготовителя) являются основой этого содержания.

Таким образом, можно сделать обоснованный вывод о том, что правоотношения в сфере дистанционной торговли возникают как между покупателем и продавцом, так и между продавцом и полномочным государственным органом, а в некоторых случаях (например, в случаях непосредственного реагирования на нарушения прав конкретных потребителей в ходе рассмотрения их обращений) – между всеми вышеназванными субъектами. При этом обязательственное право порой возникает в процессе реализации вещного права.

---

<sup>92</sup> Алехин А.П., Кармолицкий А.А. Административное право России: Учебник. – М.: Издательство «Зерцало», 2007. С. 34-36.

<sup>93</sup> Звоненко Д.П., Малумов А.Ю., Малумов Г.Ю. Административное право: учебник. ЗАО Юстицинформ, 2007 // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».

## **2.2. Хозяйствующие субъекты и потребители как стороны правоотношений в сфере дистанционной торговли и предоставления доступа к объектам авторских и смежных прав**

Выше мы рассмотрели структуру правоотношений, складывающихся в процессе дистанционной торговли, уделив основное внимание содержанию таких правоотношений. В настоящем параграфе нам представляется необходимым провести анализ правового статуса участников правоотношений в сфере дистанционной торговли, которые и обеспечивают товарооборот в дистанционной сфере – потребитель (покупатель) и хозяйствующий субъект (продавец). При этом, как было сказано ранее, все участники дистанционной торговли разделены на две основные категории: с одной стороны, это хозяйствующие субъекты (или субъекты предпринимательской деятельности), реализующие свой товар или оказывающие услуги, и потребители, приобретающие соответствующие товары или услуги, а с другой – регулирующие органы и иные субъекты, участвующие в правоотношениях по регулированию предпринимательской деятельности.

Палеев Р.Н. отмечает, что «категория «субъекты предпринимательской деятельности» появилась в научном обороте сравнительно недавно<sup>94</sup>. По мнению Д.И. Дедова, «субъектом предпринимательской деятельности является любое лицо, деятельность которого прямо или косвенно направлена на получение предпринимательского дохода и правовой статус которого регулируется предпринимательским правом»<sup>95</sup>. Представляется возможным согласиться с предложенным определением с оговоркой о том, что система правовых норм, регламентирующих правовой статус субъекта

---

<sup>94</sup> Палеев Р.Н. Правовой статус субъектов предпринимательской деятельности // История государства и права. 2012. № 10. С. 32 - 35.

<sup>95</sup> Предпринимательское право Российской Федерации: учебник / под ред. Е.П. Губина, П.Г. Лахно (автор главы – Д.И. Дедов). 2-е изд. М., 2010. С. 131.



предпринимательской деятельности, шире по охвату, чем предпринимательское право<sup>96</sup>.

Можно выделить две категории субъектов предпринимательской деятельности, осуществляющих дистанционную торговлю товарами, к которым относятся физические лица – индивидуальные предприниматели и юридические лица. Причем, по статистическим данным, около пяти миллионов россиян занимаются предпринимательской деятельностью, что составляет около 17% экономически активного населения страны<sup>97</sup>. Безусловно, в качестве разовых сделок, а иногда и целого ряда торговых операций (но не по юридической значимости, а по своей форме) могут совершать и граждане, не являющиеся предпринимателями. Здесь мы подразумеваем случаи, когда физическое лицо отчуждает, например, с помощью глобальной сети Интернет какие-либо товары народного потребления, но ни в целях систематического извлечения прибыли, а в бытовых или иных личных целях, не связанных с предпринимательством. (Существуют даже специальные Интернет-ресурсы, ориентированные на коммуникацию потребителей друг с другом с целью купли-продажи различных товаров народного потребления.) Правда, в подобных ситуациях даже та сторона, которая является продавцом, все равно участвует в гражданском обороте в качестве «потребителя», поэтому рассматривать такого участника «дистанционной торговли» как субъекта предпринимательской деятельности было бы с юридической точки зрения некорректно.

Субъекты предпринимательской деятельности в сфере дистанционной торговли, как и любые иные субъекты права, обладают неким правовым статусом, и, обращаясь к этой важной составляющей, необходимо раскрыть

---

<sup>96</sup> Гражданское право/под ред. С.С. Алексеева. – М.: Норма, 2009. С. 414.

<sup>97</sup> Предпринимательское право: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Юриспруденция»/ под ред. А.В. Баркова, Н.Д. Эриашвили, Ю.С. Харитоновой – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014. С. 57-58.

саму дефиницию «правовой статус», поскольку только через определение базового понятия можно раскрыть сущность исследуемого нами явления. Упрощенно, правовой статус определяется как правовое положение субъекта в социуме, но это не проливает в полной мере свет на проблематику, тем более что для отношений, возникающих между сторонами договора купли-продажи дистанционным способом, такое правовое положение должно выражаться в виде равенства сторон (или субъектов права), что неприменимо, например, к административным правоотношениям.

По справедливому выводу Телицина С.Ю., предлагаемые на сегодняшний день определения понятия «правовой статус», которые выработала юридическая доктрина, «нельзя признать удовлетворительными», поскольку существующие определения «не решают главную свою задачу – раскрыть сущность обозначенного явления»<sup>98</sup>. Более того, научная мысль порой попадает в тупик, ограничиваясь только отдельными элементами искомого понятия, когда предпринимается попытка дать объяснения через определенные критерии, которые даже в форме единой системы не раскрывают сути явления.

Так, Халфина Р.О. рассматривает правовой статус как «общее понятие, включающее в себя различные элементы, объединенные тем, что они характеризуют положение человека в обществе – урегулированную правом систему связей человека с обществом и государством»<sup>99</sup>. Такое определение не может нас устроить с той точки зрения, что правовой статус – понятие, применимое не только к человеку (гражданину) как субъекту права, но и к юридическому лицу, а также иным субъектам права. В.А. Патюлин в своем определении правового статуса также опирается на личность как на ядро указанного явления, и понимает под правовым статусом «юридическую

---

<sup>98</sup> Телицин С.Ю. Гражданско-правовой статус предпринимателя: монография. – М.: Юрлитинформ, 2013. С. 16.

<sup>99</sup> Халфина Р.О. Общее учение о правоотношении. М., 1974. С. 121-123.

форму закрепления и выражения положения личности»<sup>100</sup>. Ближе к раскрытию общих закономерностей и признаков указанного понятия Н.И. Матузов, по мнению которого правовой статус представляет собой юридическое выражение социального статуса как «соотносительного положения индивида или группы в определенной социальной системе»<sup>101</sup>. Еще более универсальную трактовку искомого понятия, по нашему мнению, дает М.С. Строгович, определяя правовой статус не только как «юридическое выражение взаимоотношений личности с обществом и людей друг с другом», но и как «правовое положение лица в обществе»<sup>102</sup>. Получается, что автор вводит в контекст обобщенное понятие – лицо, которым может быть и гражданин, и хозяйствующий субъект. Наиболее универсальное понятие, с нашей точки зрения, предложено Телициным С.Ю., который под правовым статусом понимает «совокупность правовых средств, закрепляющих модели возможного и должного поведения, допускаемые действующим законодательством»<sup>103</sup>.

Если говорить об определении правового статуса непосредственно индивидуального предпринимателя, то следует согласиться с мнением В.А. Хохлова, который определяет такой правовой статус как «закрепленную в законе форму осуществления прав, свобод, законных интересов и обязанностей лица, наделенного правосубъектностью, для полноценного участия в предпринимательских отношениях с целью извлечения прибыли»<sup>104</sup>. Таким образом, следует разделять две компоненты правового статуса предпринимателя – физического лица: во-первых, правосубъектность (объединяет в себе правоспособность, дееспособность, деликтоспособность) и, во-вторых, государственная регистрация в качестве индивидуального

<sup>100</sup> Патюлин В.А. Государство и личность в СССР. М., 1974. С. 227-230.

<sup>101</sup> Матузов Н.И. Субъективные права граждан СССР. Саратов, 1966. С. 86-87.

<sup>102</sup> Строгонович М.С. Избранные труды. Т. 1. Проблемы общей теории права. М., 1990. С. 210-218, 237-240.

<sup>103</sup> Телицин С.Ю. Указ. соч., С. 16.

<sup>104</sup> Российское предпринимательское право: Учебник/под ред. В.А. Хохлова. – 2-е изд. – М.: РИОР: ИНФРА-М, 2014. С. 67.

предпринимателя как возможность полноценного участия в предпринимательских отношениях. Первая компонента является неотъемлемым условием и предпосылкой для приобретения статуса предпринимателя, а вторая – обязательным и завершающим условием, посредством которого реализуется правосубъектность гражданина. Более того, именно государственная регистрация опосредует возникновение у физического лица «специального правового статуса предпринимателя»<sup>105</sup>. Получается, что государственная регистрация является обязательным условием приобретения полноценного правового статуса хозяйствующего субъекта, занимающегося дистанционной торговлей. Без соблюдения указанных условий такая торговля квалифицируется как незаконное предпринимательство, а лицо, осуществляющее предпринимательскую деятельность без государственной регистрации, т.е. не приобретшее полноценный статус предпринимателя, может быть привлечено к уголовной ответственности в рамках статьи 171 Уголовного кодекса Российской Федерации<sup>106</sup> (незаконное предпринимательство).

Говоря о правосубъектности во главу угла следует ставить правоспособность гражданина (физического лица), которая в общей теории права рассматривается как «признаваемая государством общая (абстрактная) возможность иметь предусмотренные законом права и обязанности, способность быть их носителем»<sup>107</sup>. По сути речь идет о неотчуждаемых, присущих с момента рождения правах гражданина (в законодательстве некоторых стран уже «зачатый ребенок обладает правоспособностью при условии рождения живым»<sup>108</sup>) и прекращающихся с его смертью. По данному вопросу В.А. Витушко замечает, что «от правоспособности следует

<sup>105</sup> Гуцин В.В., Дмитриев Ю.А. Российское предпринимательское право. М., 2005. С. 91.

<sup>106</sup> Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 № 63-ФЗ (ред. от 21.07.2014) // Собрание законодательства Российской Федерации, 17.06.1996, № 25, ст. 2954.

<sup>107</sup> Теория государства и права: Курс лекций/под ред. Н.И. Матузова и А.В. Малько. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юристъ, 2003. С. 519.

<sup>108</sup> Шершеневич Г.Ф. Указ. соч., С. 87.

отличать фактическую способность лица осуществлять ту или иную деятельность, хотя иногда эти категории смешиваются»<sup>109</sup>.

По мнению В.Л. Михайликова гражданин, обладающий юридической возможностью для занятия предпринимательской деятельностью, вправе ее осуществлять с момента государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя<sup>110</sup>. Как представляется, сама юридическая возможность, на которую указывает автор, как раз выражается в сочетании дееспособности (способности своими действиями реализовать права и обязанности, наступает по общему правилу при достижении совершеннолетия – восемнадцати лет) и деликтоспособности (способности нести юридическую ответственность за свои действия).

При этом по справедливому замечанию К.Ю. Тотьева, «отсутствие дееспособности гражданина в сфере предпринимательства нельзя восполнить действиями его представителей»<sup>111</sup>. В связи с этим ГК РФ предусматривает возможность для граждан, не достигших совершеннолетия, заниматься предпринимательской деятельностью только в случае эмансипации. Это означает, что по достижению шестнадцатилетнего возраста гражданин может быть признан полностью дееспособным в том случае, если последний работает по трудовому договору или де-факто занимается предпринимательской деятельностью с согласия родителей, усыновителей или попечителей, а также в случае вступления гражданина в законный брак.

Что же касается государственной регистрации, то даже ГК РФ (п. 1 ст. 2 ГК РФ) рассматривает ее как признак предпринимательской деятельности. В свою очередь, для приобретения дееспособным гражданином статуса предпринимателя последний должен зарегистрироваться в территориальном

---

<sup>109</sup> Витушко В.А. Курс гражданского права. Общая часть. – Минск, 2001. С. 335.

<sup>110</sup> Михайликов В.Л. Гражданско-правовой статус индивидуального предпринимателя: научно-практическое пособие / В.Л. Михайликов; Н.Н. Надежин. – Белгород: БелЮИ МВД России, 2008. С. 76, 81.

<sup>111</sup> Тотьев К.Ю. Предпринимательское право. Публично-правовой статус предпринимателя. Учебное пособие. – М.: ООО «Профобразование», 2003. С. 131.

органе Федеральной налоговой службы России по месту жительства, что закреплено в Федеральном законе «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей»<sup>112</sup> (далее – ФЗ о регистрации). При этом законодателем установлен перечень документов, которые должны быть представлены для целей регистрации в территориальный орган Федеральной налоговой службы России. Это следующие документы: заявление установленной формы о государственной регистрации, подписанное кандидатом в индивидуальные предприниматели; копия паспорта или иного документа, удостоверяющего личность (для иностранного гражданина); копию свидетельства о рождении или иного документа, подтверждающего дату и место рождения заявителя; копия документа, предоставляющего право заявителю временно или постоянно проживать на территории России (для иностранного гражданина); подлинник или копия документа (при необходимости), подтверждающего адрес места жительства заявителя; документов, удостоверяющих юридические факты, предполагающие возможность эмансипации (для несовершеннолетних); квитанция об уплате государственной пошлины, взимаемой при государственной регистрации индивидуального предпринимателя.

Естественно, что при подаче заявления и необходимого комплекта документов для регистрации в качестве индивидуального предпринимателя требуется указать адрес места жительства. При этом следует обратить внимание на несоответствие норм статьи 20 ГК РФ и ФЗ «О регистрации» в части определения места жительства, поскольку в случае с ГК РФ речь идет о постоянном или преимущественном проживании, т.е. фактическом месте жительства, а ФЗ о регистрации под местом жительства понимает адрес постоянной регистрации.

---

<sup>112</sup> Федеральный закон от 08.08.2001 № 129-ФЗ (ред. от 01.07.2014) «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» // Собрание законодательства Российской Федерации, 13.08.2001, № 33 (часть I), ст. 3431.

Получается, что в основном правовом источнике, регулирующем гражданские правоотношения, местом жительства, которое должно указываться и при вступлении в отношения с кредиторами, и с органами государственной власти, является место фактического жительства. Но это понятие представляется слишком неопределенным, поскольку фактическое нахождение гражданина в течение определенного времени не может официально восприниматься местом его жительства в силу отсутствия юридической связи гражданина с местом его нахождения в определенный, пусть и продолжительный момент времени. Требуется наличие юридического факта, которым должен выступать институт регистрации. Причем на эту проблему обращается пристальное внимание со стороны специалистов, и определение места жительства по факту регистрации считается «достаточно оправдано», в связи с чем предлагается в ГК РФ закрепить «специальное правило определения места жительства гражданина в случае государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя»<sup>113</sup>. Тем не менее, в практической плоскости данная проблема так и не решена.

Таким образом, предлагается универсализировать подход к определению места жительства индивидуального предпринимателя, включив в статью 20 ГК РФ дополнительный пункт, определяющий, что для целей государственной регистрации гражданина Российской Федерации в качестве индивидуального предпринимателя местом его жительства признается место государственной регистрации. Регистрация по месту жительства осуществляется в порядке, установленном законодательством Российской Федерации для граждан Российской Федерации.

Вторая категория субъектов дистанционной торговли представлена юридическими лицами – коммерческими организациями, имеющими в собственности обособленное имущество, которым они отвечают по своим

---

<sup>113</sup> Михайликов В.Л. Указ. соч., С. 82.

обязательствам и которые могут приобретать и осуществлять от своего имени имущественные права, нести обязанности, быть истцами и ответчиками в суде. Указанные субъекты могут осуществлять свою деятельность, реализуя товар и в стационарных магазинах, осуществляя оптовую поставку товара, но в качестве субъектов дистанционной торговли они будут выступать только в рамках тех отношений, которые будут складываться в рамках заключения договора купли-продажи дистанционным способом. При этом интересно, что если физическое лицо являлось субъектом права с момента его возникновения и с момента зарождения торговли как таковой, то свое закрепление в качестве полноправного и «сущего» субъекта, обладающего правами наравне с другими участниками гражданского оборота, юридическое лицо получило далеко не сразу.

Еще в конце девятнадцатого века западная, а впоследствии и русская цивилистика задавались вопросом о необходимости введения в гражданский оборот нового субъекта права, не имеющего «физической оболочки»<sup>114, 115</sup>. Как отмечал Ю.С. Гомбаров: «Существует множество юридических лиц, цель которых выходит за пределы личности»<sup>116</sup>.

Не оставил без внимания указанную проблематику и такой выдающийся ученый правовед, как Г.Ф. Шершеневич, по мнению которого юридическое лицо позволяет «имущество, обособляемое экономически, обособить также юридически, и последнее как совокупность юридических отношений получает своего отдельного субъекта, резко обособленного от тех лиц, которые заинтересованы в нем»<sup>117</sup>. Г.Ф. Шершеневич добавляет, что в

---

<sup>114</sup> Гражданское право Германии: Хрестоматия избранных произведений Франца Бернхейфта и Йозефа Колера/сост. Р.С. Куракин, Е.В. Семенова; [Пер. с нем. проф. В.М. Нечаева]. – М.: РИОР: ИНФРА-М, 2014. С. 56.

<sup>115</sup> Гомбаров Ю.С. Гражданское право. Часть особенная. Вещное право. Москва, 1895. С. 78-79.

<sup>116</sup> Гомбаров Ю.С. Указ. соч., С. 78-79.

<sup>117</sup> Шершеневич Г.Ф. Указ. соч., С. 132.



любом случае «имущество юридического лица служит физическим лицам, его составляющим, все равно – настоящим или будущим»<sup>118</sup>.

Говоря о правовом статусе юридического лица как субъекта предпринимательской деятельности в сфере дистанционной торговли, а, следовательно, участника правоотношений, возникающих в этой сфере, обратим внимание на некоторую нетождественность составляющих такой статус признаков с элементами правового статуса индивидуального предпринимателя. Во-первых, правоспособность юридических лиц, которая также является способностью лица быть носителем гражданских прав и обязанностей, возникает с момента государственной регистрации нового хозяйствующего субъекта, а не предшествует ей, как в случае с индивидуальным предпринимателем. Во-вторых, правоспособность юридического лица не совпадает с правоспособностью индивидуального предпринимателя, поскольку не все виды деятельности, которые может осуществлять юридическое лицо, могут осуществляться индивидуальными предпринимателями<sup>119</sup>.

Юридическое лицо в обязательном порядке подлежит государственной регистрации и внесению в единый государственный реестр юридических лиц, и только с этого момента появляется новый субъект права, который ведет свою деятельность на основании устава либо учредительного договора или устава (в зависимости от конкретного типа хозяйствующего субъекта), заключаемого или утверждаемого соответственно.

Безусловно, будучи полноправным субъектом права, юридическое лицо имеет свое фирменное наименование, которое наряду с прочей информацией должно указываться при заключении договора купли-продажи дистанционным способом, в том числе в силу требований Закона «О защите прав потребителей».

---

<sup>118</sup> Шершеневич Г.Ф. Указ. соч., С. 136.

<sup>119</sup> Тотьев К.Ю. Указ. соч., С. 134.

Необходимо также отметить, что в обоих случаях (речь идет о деятельности как индивидуального предпринимателя, так и юридического лица) государственная регистрация не всегда является достаточным условием для осуществления некоторых видов деятельности, поскольку в определенных случаях требуется наличие специального разрешения – лицензии<sup>120</sup>. Поскольку данный вопрос несколько выходит за рамки нашего текущего исследования, мы не будем подробно на нем останавливаться, но обратим внимание лишь на одну деталь: после получения лицензии лицо, ее получившее (будь то индивидуальный предприниматель или юридическое лицо), одновременно с фактом получения специального разрешения приобретает дополнительную правоспособность, в результате чего хозяйствующий субъект получает дополнительные возможности для ведения своей хозяйственной деятельности.

В настоящее время возрастает роль субъектов малого и среднего предпринимательства, под которыми законодатель понимает хозяйствующих субъектов – индивидуальных предпринимателей и юридические лица (кроме государственных и муниципальных унитарных предприятий), отвечающих определенным требованиям. Данная категория хозяйствующих субъектов является одной из основных в сфере дистанционной торговли, не считая интернет-магазины крупных торговых компаний. И если индивидуальные предприниматели относятся априори к этой категории хозяйствующих субъектов, то для юридических лиц Федеральным законом «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации»<sup>121</sup> установлены соответствующие требования.

---

<sup>120</sup> Лицензия является специальным разрешением на осуществление конкретного вида деятельности при обязательном соблюдении лицензионных требований и условий, выданное лицензирующим органом юридическому лицу или индивидуальному предпринимателю.

<sup>121</sup> Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ (ред. от 01.07.2014) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» // Собрание законодательства Российской Федерации, 30.07.2007, № 31, ст. 4006.

Таким образом, следует сделать вывод, что обе категории, индивидуальный предприниматель и юридическое лицо, являются полноправными и равноправными (за некоторыми исключениями для индивидуальных предпринимателей, связанными с законодательными ограничениями заниматься той или иной хозяйственной деятельностью) субъектами предпринимательской деятельности в сфере дистанционной торговли, это касается и вопросов подведомственности, что подтверждается материалами судебной практики<sup>122</sup>. Одновременно с этим в такой форме ведения предпринимательской деятельности, как индивидуальный предприниматель, безусловно, есть как положительные, так и отрицательные стороны.

Например, предусмотрены некоторые особенности легитимации и осуществления деятельности физического лица – индивидуального предпринимателя: во-первых, для регистрации не требуется стартовый капитал (нет уставного капитала); во-вторых, требуется представление меньшего количества документов в регистрирующий орган; в-третьих, индивидуальный предприниматель может применять упрощенную систему налогообложения. При этом, как замечают некоторые специалисты в области правового регулирования хозяйственной деятельности, риск индивидуального предпринимателя в ряде случаев выше риска юридических лиц<sup>123</sup>.

Следующим участником правоотношений в сфере дистанционной торговли является потребитель, вступающий в указанные правоотношения посредством заключения договора розничной купли-продажи дистанционным способом. Как нами было указано выше, особенностью

---

<sup>122</sup> Постановление № 6/8 Пленума Верховного Суда Российской Федерации и Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 1 июля 1996 года «О некоторых вопросах, связанных с применением части первой Гражданского кодекса Российской Федерации // Вестник Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации. 1996. № 9. С 5-20.

<sup>123</sup> Российское предпринимательское право: учебник / Л.В. Андреева, Т.А. Андреева, Н.Г. Апрецова [и др.]; отв. ред. И.В. Ершова, Г.Д. Отнюкова. – 4-е изд. – Москва: Проспект, 2012. С. 209.

рассматриваемых отношений является исключительное место в этих отношениях потребителя, поскольку тот находится под особой защитой государства как самое уязвимое звено гражданско-правового оборота товаров (услуг, работ). При регулировании договорных отношений, как справедливо замечает Е.Ю. Свинцова, «законодатель исходит из принципа благоприятствования потребителю, устанавливая более жесткие требования к организациям и индивидуальным предпринимателям»<sup>124</sup>, осуществляющим свою деятельность в сфере дистанционной торговли. Исключительное положение потребителя, безусловно, предполагает наличие у последнего определенных правомочий (или субъективных прав, под которыми Н.Г. Александров понимает «...возможность требовать известного поведения от обязанного лица...»<sup>125</sup>), включая такое важное право, как право на информацию. Именно в условиях рыночных отношений, по мнению Манохиной Г.В., «потребителям крайне необходима понятная и доступная информация, позволяющая им сделать правильный выбор»<sup>126</sup>. Более того, информация должна быть достоверной, т.е. «верной, не вызывающей сомнений»<sup>127</sup>.

Если говорить о гражданско-правовом статусе потребителя как участника правоотношений в сфере дистанционной торговли, то по общему правилу речь идет о гражданине, наделенном дееспособностью, то есть способностью своими действиями приобретать и осуществлять гражданские права, создавать для себя гражданские обязанности и исполнять их (наступает по достижению восемнадцати лет или до момента достижения

---

<sup>124</sup> Свинцова Е.Ю. Защита прав потребителей в сфере рекламной деятельности в Российской Федерации: диссертация кандидата юридических наук: 12.00.03. Москва, 2005. С. 139.

<sup>125</sup> Александров Н.Г. Право и законность в период развернутого строительства коммунизма. – М.: Госюриздат, 1961. С. 225.

<sup>126</sup> Манохина Г.В. Настольная книга судьи по гражданским делам // под ред. Н.К. Толчеева. – М.: Проспект, 2006. С. 196.

<sup>127</sup> Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. – М.: Азъ, 1992. С. 179.

совершеннолетия в случае эмансипации<sup>128</sup>). Это касается и несовершеннолетних, включая малолетних, которые имеют ограниченные права, но при этом способны быть участниками указанных правоотношений<sup>129</sup>.

Так, договор розничной купли-продажи может быть заключен дистанционным способом лицом с неполной (в возрасте от шести до четырнадцати и от четырнадцати до восемнадцати лет) или ограниченной дееспособностью, если он (договор) подпадает под понятие «мелкая бытовая сделка» – все остальные сделки будут являться ничтожными, и в соответствии с требованиями абзаца 2 пункта 1 статьи 171 ГК РФ продавец должен будет возвратить покупателю в лице несовершеннолетнего гражданина или его законных представителей все полученное в натуре, а при невозможности возвратить полученное в натуре – возместить стоимость товара. Только по требованию родителей, усыновителей или опекуна малолетнего совершенная им сделка может быть признана судом действительной, если она совершена к выгоде малолетнего. Однако гражданское законодательство не дает определения понятию «мелкая бытовая сделка», определение данного понятия не было выработано также судебной практикой. В свою очередь, в юридической литературе предприняты попытки дать определение указанному понятию.

Например, по мнению О.Н. Садикова, к таким сделкам относятся сделки, «заключаемые на небольшую сумму за наличный расчет, исполняемые при их заключении и имеющие целью удовлетворить личные потребности (покупка продуктов, канцелярских товаров и т.п.)»<sup>130</sup>. Другие авторы определяют как мелкую бытовую сделку, направленную на

<sup>128</sup> Статья 27 Гражданского кодекса Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации, 05.12.1994, № 32, ст. 3301 (в ред. от 23.06.2014).

<sup>129</sup> Бычко М.А. Право потребителей на просвещение: итоги и перспективы // Ленинградский юридический журнал. 2013. № 2. С. 119 - 124.

<sup>130</sup> Комментарий к Гражданскому кодексу Российской Федерации, части первой (постатейный) / Под ред. О.Н. Садикова. М.: ИНФРА-М, 2005. С. 68.

удовлетворение элементарных бытовых потребностей гражданина, незначительную по сумме<sup>131</sup>.

Как представляется, под «мелкой бытовой сделкой» следует понимать любые сделки небольшой стоимости (незначительность размера стоимости должна определяться в каждом отдельном случае исходя из материального положения родителей или иных законных представителей малолетнего), которые гражданин совершает за счет средств родителей или иного законного представителя (усыновителя, попечителя), направленные на удовлетворение естественных ежедневных материальных и духовных потребностей несовершеннолетних, соответствующих возрасту последних». Это может быть покупка продуктов питания, канцелярских товаров, одежды, обуви, CD-дисков и т.д., но, безусловно, для ребенка шести лет и для подростка пятнадцати лет потребности существенным образом разнятся. В то же время единых критериев определения сделки как мелкой бытовой не существует.

Таким образом, учитывая невозможность унификации правил определения характера сделки как мелкой бытовой в силу ряда объективных причин (включая психоэмоциональные и интеллектуальные различия у несовершеннолетних граждан даже в рамках одного возрастного диапазона), вопрос о квалификации сделки должен решаться, как нами было сказано выше, в каждом конкретном случае. Другое дело, что следует рассмотреть возможность законодательного закрепления критериев определения незначительности сделки, которая могла бы быть признана как мелкая бытовая, а также возможность установления максимальной суммы такой сделки. Поскольку в противном случае, если не будет законодательных ориентиров для самостоятельной квалификации сделки, в каждом, абсолютно в каждом случае приобретения несовершеннолетним товара (самого

---

<sup>131</sup> Научно-практический комментарий к Гражданскому кодексу Российской Федерации, части первой (постатейный) / Под ред. П.В. Мозолина, М.Н. Малейной. М.: НОРМА, 2004. С. 42.

незначительного и недорогостоящего), который, возможно, отвечает текущим потребностям ребенка, родитель (усыновитель, опекун) может обратиться в суд для признания сделки ничтожной. Иными словами, можно столкнуться с некоторыми злоупотреблениями со стороны потребителей, которых Закон «наделяет широким спектром возможностей по защите своих прав, в том числе освобождает от судебных расходов»<sup>132</sup>, поскольку интересы и законные права потребителей, как уже было отмечено выше, находятся под особой защитой государства.

По справедливому утверждению Н. Замореновой, система механизмов защиты прав потребителей, включая судебный и административный порядок, в целом доказала свою эффективность<sup>133</sup>. При этом, сопоставляя судебную форму защиты нарушенных прав потребителя и административный порядок (ведомственные правила рассмотрения жалоб), Васильчикова Н.В. склоняется в пользу судебной защиты. В частности, автор пишет, что «компетентность среднего судьи, как правило, выше, чем среднего чиновника, к тому же в суде интересы судьи сможет представлять адвокат»<sup>134</sup>. Представляется необходимым поддержать данную точку зрения.

Постановлением Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 28.06.2012 № 17 «О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей»<sup>135</sup> разъяснен ряд важных аспектов, относящихся к реализации положений законодательства о защите прав потребителей. Вместе с тем к отношениям, которые возникают между потребителями в целях удовлетворения их личных нужд путем приобретения (обмена) товара

---

<sup>132</sup> Тычинин С.В. Проблема баланса интересов в отношениях по защите прав потребителей // Региональные аспекты защиты прав потребителей: материалы научно-практической конференции (г. Белгород, 15 марта 2012 г.). – Белгород: ИД «Белгород», 2013. С. 7.

<sup>133</sup> Заморенова Н. Административная реформа и защита прав потребителей. Вестник защиты прав потребителей, 2004. № 1(13). С. 23-25.

<sup>134</sup> Васильчикова М.В. Как потребителю защитить свои интересы: рекомендации и примеры. – Москва: Омега-Л, 2007. С. 44.

<sup>135</sup> Бюллетень Верховного Суда Российской Федерации, № 9, сентябрь, 2012.

дистанционным способом между ними, положения Закона не применяются<sup>136</sup>. Не применим Закон и к отношениям между юридическими лицами, а также физическими лицами, использующими (приобретающими) товар для предпринимательских целей.

Потребитель, приобретая товар, вступает в отношения с хозяйствующими субъектами – продавцами (юридическими лицами, созданными в различных правовых формах, и индивидуальными предпринимателями) в рамках договора купли-продажи дистанционным способом. Гражданин, принимая на себя определенные обязательства, пользуется правами как стороны договора, вытекающими из положений ГК РФ, так и правами потребителя, предусмотренными Законом «О защите прав потребителей». Для квалификации субъекта в качестве потребителя судебная практика использует такой признак, как конечная цель использования покупателем приобретенного товара, позволяющий отличить розничную куплю-продажу от поставки<sup>137</sup>. Естественно, что подобной целью должно быть приобретение товара для личных бытовых нужд, никак не связанных с предпринимательством.

Еще одной важной гарантией для потребителя как стороны в договоре купли-продажи дистанционным способом является запрет на включение в договор условий, ущемляющих права потребителей. Реализация указанной гарантии также подтверждается материалами судебной практики<sup>138</sup>. Так, суд признал нарушающим права потребителя условие договора, в соответствии с которым в случае немотивированного отказа покупателя от товара продавец удерживает тридцать процентов от суммы заказа в качестве компенсации размещения заказа и (или) хранения товара на своем складе. Как разъяснил

---

<sup>136</sup> Защита прав потребителей: судебная практика, административное регулирование. – М.: ИНФРА-М, 2006. Торговля и общественное питание: Выпуск 7. С. 25.

<sup>137</sup> См., например: Постановление ФАС Уральского округа от 04.06.2009 № Ф09-3552/09-С2 по делу № А47-6067/2008АК-29 // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».

<sup>138</sup> См., например: Решение Арбитражного суда Свердловской области от 24.02.2011 по делу № А60-2511/2011 // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».



суд, включение указанного условия в договор ущемляет права потребителя, поскольку возлагает на него обязанность нести дополнительные расходы, не предусмотренные Правилами.

Подытоживая анализ правового статуса участников гражданского оборота в сфере дистанционной торговли, мы приходим к выводу, что при равноправии всех участников потребитель, безусловно, находится под особой защитой государства как менее защищенная сторона договорных правоотношений. В то же время не все фактические участники дистанционной купли-продажи определены законодателем, в связи с чем можно говорить о незавершенности юридического оформления субъектного состава правоотношений в сфере дистанционной торговли: помимо определенного законодателем круга участников в дистанционной торговле нередко участвует дистрибьютор, который выступает посредником между производителем и покупателем, выполняя функции продавца.

Дело в том, что в дистанционной торговле в качестве субъекта правоотношений выступает часто дистрибьютор, статус которого, как было сказано, совершенно не регламентирован законом. Например, широкий ряд косметической продукции, биологически-активные добавки продаются с помощью дистанционной торговли, а предлагают товар потребителю дистрибьюторы (от англ. Distribution – распределение), под которыми понимаются юридические лица или индивидуальные предприниматели, реализующие товары определенного вида на региональных рынках. В действительности получается, что дистрибьютор чаще все осуществляет свою деятельность по реализации товара в розницу дистанционно не от своего имени, а от имени производителя самой продукции или от имени крупной компании, которая зарекомендовала себя на рынке такого товара. Продажа товара не от своего имени связана с тем, что покупатель охотнее вступает в отношения с известными, положительно зарекомендовавшими себя хозяйствующими субъектами.

Основная проблема в данном случае заключается в том, что в случае покупки некачественной продукции и, как следствие, возникновения претензий к непосредственному продавцу товара, покупатель де-факто будет лишен такой возможности. Это связано с тем, что в договорные отношения покупатель вступил не с производителем продукции, от имени которого выступает дистрибьютор, а с самим дистрибьютором, статус которого не регламентирован законодательством. Необходимо ввести нормативно-правовой оборот не только указанную дефиницию, но и установить порядок оформления отношения дистрибьютора с производителем или крупным поставщиком путем заключения специального дистрибьюторского договора, а также предусмотреть требования об обнародовании данных. В этой связи предлагаем дополнить Правила продажи товаров дистанционным способом, включив положения следующего содержания:

1) дистрибьютором признается индивидуальный предприниматель или юридическое лицо, зарегистрированные в таком качестве в установленном законом порядке, осуществляющие продажу потребительских товаров на основании договора купли-продажи и (или) оказание потребителям услуг от своего имени, от имени производителя (оптового поставщика) продукции или лица, оказывающего услуги, в том числе по предоставлению доступа к произведениям и объектам смежных прав с использованием информационно-телекоммуникационных сетей, с обязательным указанием информации о дистрибьюторском договоре, заключенном с производителем товара, его оптовым поставщиком, лицом, оказывающим услуги, или владельцем соответствующего информационного ресурса;

2) по дистрибьюторскому договору одна сторона (дистрибьютор) принимает на себя обязательства приобретать у другой стороны (производителя, поставщика) товар или принимать меры для продвижения оказываемых другой стороной услуг в целях последующей реализации на согласованном сторонами региональном (территориальном) рынке от своего

имени или от имени другой стороны, но за свой счет, а также обеспечивать поддержание репутации этой стороны (производителя, поставщика, лица, оказывающего услуги, владельца информационного ресурса);

3) исчерпывающая информация о товаре или услуге должна быть указана в договоре или предоставляться дистрибьютору дополнительно;

4) по всем обязательствам, вытекающим из заключаемых дистрибьютором с потребителями договоров купли-продажи в отношении товара или договоров возмездного оказания услуг, которые являются предметом дистрибьюторского договора, дистрибьютор несет ответственность перед потребителем солидарно с производителем, поставщиком товара или лицом, оказывающим соответствующие услуги.

Вместе с тем условиями дистрибьюторского договора может быть предусмотрена, в частности, субсидиарная ответственность производителя, поставщика по обязательствам, вытекающим из заключаемых дистрибьютором договоров купли-продажи в отношении товара, который является предметом дистрибьюторского договора.

### 2.3. Договор, заключаемый дистанционным способом, как юридическое основание для приобретения товаров и оказания услуг

Все участники гражданского оборота многократно совершают сделки – приобретают в розницу тот или иной товар, и подобные сделки облачаются в юридическую форму договора купли-продажи. «Право собственности на известный объект, – заключает Г.Ф. Шершеневич, – прекращается вследствие того, что оно приобретено другим лицом»<sup>139</sup>. Более того, как справедливо замечает А.А. Власов, «еще в Своде законов гражданских Российской империи купля-продажа рассматривалась не как отдельный вид обязательств, а как способ приобретения права собственности»<sup>140</sup>.

Обеспечение и защита прав потребителей приобретает еще большую актуальность в контексте активного распространения новых форм торговли<sup>141</sup>. Естественно, что в рамках настоящего исследования мы говорим о дистанционном способе продаж, давно нашедшим свое закрепление и на законодательном уровне.

Дистанционный способ продаж становится все привлекательнее и для потребителей, и для предпринимательского сообщества. В первом случае можно говорить об удобстве и экономии времени на совершение покупок, связанных с походами в магазины. Схожие причины (экономия средств и отсутствие сложной цепочки организации торговой деятельности) можно рассматривать в качестве критериев при выборе способа торговли для субъектов предпринимательской деятельности в сфере торговли<sup>142</sup>. Все эти издержки можно не просто оптимизировать, но и исключить в случае организации дистанционной торговли. И как уже было сказано выше,

---

<sup>139</sup> Шершеневич Г.Ф. Указ. соч., С. 325.

<sup>140</sup> Власов А.А. Гражданское право. Особенная часть. Курс лекций. М.: Изд-во СГУ, 2008. С. 6.

<sup>141</sup> Баженов Ю.К. Розничная торговля в России: Монография. – М.: ИНФРА-М, 2011. С. 180.

<sup>142</sup> Калинина Л.Е. Юрико-экономические основы предпринимательской деятельности малого бизнеса в торговле. Право и экономика, 2013. № 8. С. 15-18.

непосредственные сделки в сфере дистанционной торговли имеют форму договора розничной купли-продажи, правда, дистанционным способом, что несколько отличает его от классического договора розничной купли-продажи. При этом договор купли-продажи дистанционным способом имеет свое собственное содержание – «это волевая модель регулируемых договором отношений, образуемая выраженными в договоре условиями»<sup>143</sup>. В этой связи необходимо провести анализ структуры и существенных условий договора купли-продажи дистанционным способом, поскольку именно этот документ для покупателя и продавца является основанием вступления в правоотношения.

Воля сторон должна быть направлена на передачу товара в собственность покупателю именно на возмездной основе, и это свидетельствует о том, что юридический объект является системообразующим, ключевым признаком<sup>144</sup>. Указанные тезисы, бесспорно, применимы к договору купли-продажи дистанционным способом, поскольку он упорядочивает отношения сторон (их конкретные действия) по поводу объекта второго порядка – какой-либо вещи, т.е. товара. Но этот договор имеет свои особенности, выраженные главным образом в порядке его заключения и исполнения.

В соответствии со статьей 497 ГК РФ само определение дистанционной торговли увязано с указанием на гражданско-правовую форму договора – договор розничной купли-продажи с определенными особенностями, главная из которых – отсутствие непосредственного доступа покупателя к товару и личного контакта с продавцом или его представителем в момент заключения такого договора. Кроме того, при покупке в магазине обязательства по передаче товара возникают в момент оплаты покупателем, при дистанционной продаже такие обязательства возникают уже в момент

---

<sup>143</sup> Казанцев М.Ф. Концепция гражданско-правового договорного регулирования: дис. докт. юрид. наук. Екатеринбург, 2008. С. 6.

<sup>144</sup> Иоффе О.С. Обязательственное право. М., 1975. С. 206.

получения продавцом сообщения покупателя о намерении приобрести товар, то есть до передачи денег и получения документа, подтверждающего оплату.

В связи с этим моментом заключения договора дистанционной купли-продажи должен признаваться момент получения продавцом заявки от покупателя и ее акцепт. Однако согласно статье 493 ГК РФ договор розничной купли-продажи признается заключенным в момент выдачи покупателю кассового чека или иного документа, подтверждающего оплату товара, если иное не предусмотрено законом или договором розничной купли-продажи, причем законодательство не предусматривает исключений для случаев заключения договора дистанционным способом<sup>145</sup>. Признание договора купли-продажи дистанционным способом полноценным договором купли-продажи предполагает распространение на него положений статьи 493 ГК РФ. Никаких других условий в законодательстве не предусмотрено. Последнее порождает серьезную коллизию: с одной стороны, договор считается заключенным с момента передачи покупателю необходимого документа (например, кассового чека), а с другой – сделать это невозможно в случае дистанционной продажи до момента доставки товара. Если договор признать заключенным, только когда покупателю будет доставлен товар, который он примет и заплатит за него деньги, и этот факт будет подтвержден выдачей кассового или товарного чека, то дистанционная торговля существует вне договорных обязательств или вообще не существует – является виртуальной. По нашему мнению, здесь речь идет не о заключении договора, а о его исполнении, но необходимо разделять понятия «момент заключения» и «факт исполнения договора».

В цивилистике также нет единого понимания момента заключения договора купли-продажи дистанционным способом, в качестве которого может рассматриваться момент получения информации продавцом о

---

<sup>145</sup> Чернова О.А., Буряк Е.Ю. «Комментарий к Закону Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» (постатейный) // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».

намерении покупателя приобрести товар (акцепт публичной оферты) или момент передачи покупателю чека или иного документа, подтверждающего приобретение<sup>146</sup>. Такая двойная природа умаляет изначально заложенный в договор принцип его заключения. Е.А. Суханов рассматривает такой договор как реальный, поскольку заключенным последний должен считаться с момента передачи покупателю товара<sup>147</sup>. Мы не можем разделить мнение о реальном характере договора, поскольку в таком случае у покупателя теряется право требования товара, который должен быть доставлен в определенный в договоре срок или в течение 7 дней с момента требования, поступившего со стороны покупателя после заключения договора, если конкретный срок не предусмотрен. В этой связи считаем договор купли-продажи дистанционным способом консенсуальным договором.

Полагаем, что для заключения (формальной стороны вопроса) договора купли-продажи дистанционным способом необходимо два условия: оферта должна быть направлена и оформлена продавцом надлежащим образом (содержит информацию о товаре и т.д.), а это предложение, в свою очередь, должно быть акцептовано покупателем и направлен заказ. После получения заказа продавцом договор считается заключенным в формальном смысле этого слова. В противном случае, как объяснить обязанность продавца доставить товар в указанное покупателем место? Ведь вне договора или иного юридического акта обязанностей существовать не будет. Поэтому моментом заключения договора является акцепт оферты. В свою очередь, публичной офертой признается обращенное к неопределенному кругу лиц предложение товара, содержащее все существенные условия договора розничной купли-продажи (статья 432 ГК РФ).

---

<sup>146</sup> См.: Блинов А. Продажа товара дистанционным способом // Новая бухгалтерия. – 2008. – Вып. 1 (январь). С. 4.

<sup>147</sup> Гражданское право: в 4 т. Т. 3: Обязательственное право: учебник / под ред. Е.А. Суханова. – 3-е изд., перераб. И доп. – М.: Волтерс Клувер, 2008. С. 78.

Существенными условиями договора купли-продажи являются предмет и цена. Для дистанционной купли-продажи помимо указанных условий, которые являются незыблемыми для всех договоров, есть условия, которые следуют преимущественно из Правил продажи товаров дистанционным способом.

Итак, цена как существенное условие в полной мере применима к договору купли-продажи дистанционным способом, поскольку в соответствии со статьей 500 ГК РФ покупатель обязан оплатить товар по цене, объявленной продавцом в момент заключения договора розничной купли-продажи. Это правило действует для любого розничного договора (вне зависимости от конкретной формы). Кроме того, пунктом 14 Правил продажи товаров дистанционным способом установлено, что если покупатель передает сообщение о своем намерении приобрести товар продавцу, в таком сообщении обязательно должна быть указана цена товара (подпункт «б»). Цена является стандартным условием для любого возмездного договора, и для дистанционной торговли этот принцип не является исключением. Но в случае с дистанционной торговлей цена представляет еще большее значение, поскольку доставка товара может быть существенно отодвинута от момента заключения договора, а это несет дополнительные риски, особенно в нестабильных экономических условиях с высокой волатильностью курсов иностранных валют (когда объектом купли-продажи является импортный товар).

Условие о цене имеет важное значение еще и потому, что при отсутствии цены как существенного условия договора последнее не означает отсутствие обязательства покупателя по оплате в момент доставки товара. При этом в момент доставки цена к оплате может быть предъявлена выше, чем та, которую ожидал покупатель, поскольку с момента заключения договора до момента доставки товара может пройти достаточно продолжительный временной отрезок, предполагающий и динамику цен,



особенно если эти цены не регулируются государством (что чаще всего и происходит с товарами, реализуемыми в розницу). В свою очередь, статья 491 ГК РФ закрепляет за продавцом право собственности на товар до момента его оплаты. Поэтому отсутствие цены в договоре может спровоцировать его невыполнимость, вплоть до судебного разбирательства, причем судебная инстанция в таких случаях будет ориентироваться на цены, которые устанавливаются для аналогичных товаров в схожих обстоятельствах. Это главным образом касается случаев, когда покупателю продан товар по завышенной цене. При таком условии последний в соответствии со статьей 426 ГК РФ имеет право требовать в судебном порядке признания договора недействительным, поскольку условия публичного договора должны быть одинаковыми для всех потребителей.

Обращаясь к вопросу о предмете договора купли-продажи дистанционным способом, необходимо проанализировать существующие подходы к его определению. В цивилистике категорию «предмет договора купли-продажи» понимают и как товар, и как действия обязанной стороны. Мы же под предметом договора купли-продаж дистанционным способом понимаем товар. Пункт 3 статьи 38 Налогового кодекса Российской Федерации определяет товар как «любое имущество, реализуемое либо предназначенное для реализации»<sup>148</sup>. Однако с учетом предназначенности товара только для личного использования, не связанного с предпринимательством, количество приобретаемого в розницу товара также не должно превышать необходимого для личного, домашнего, семейного, бытового использования<sup>149</sup>.

Для дистанционной купли-продажи помимо вышеозначенных критериев существуют дополнительные ограничения. В частности, не допускается продажа дистанционным способом алкогольной и табачной

---

<sup>148</sup> Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 № 146-ФЗ (ред. от 29.12.2014) // Собрание законодательства Российской Федерации, № 31, 03.08.1998, ст. 3824.

<sup>149</sup> Левшина Т.Д. Договор розничной купли-продажи // Законодательство и экономика. – 1997. - № 7-8. С. 29.

продукции, лекарственных средств, а также товаров, оборот которых ограничен или запрещен: оружие и боеприпасы, драгоценные металлы и т.д.

В то же время по нашему мнению, понятием «предмет договора» должна охватываться и такая компонента, как ассортимент и количество товара, поскольку его покупка происходит вне места нахождения товара и не предусматривает личного контакта с покупателем.

Если договор заключается дистанционным способом, т.е. путем акцептования покупателем направленной продавцом оферты, то в этой связи к форме такого договора нет единых требований: это может быть устная форма, когда товар заказывается по телефону; это может быть какой-то формуляр на сайте интернет-магазина, заполняемый при акцептовании покупателем оферты. Из этого следует, что форма не относится к числу существенных условий договора. В то же время некоторыми авторами указывается на форму договора как на существенное условие, если речь идет о заключении договора посредством сети Интернет, поскольку «договор заключается в электронной форме, которая законом приравнивается к письменной форме договора»<sup>150</sup>. Представляется необоснованным выделять в качестве существенного условия форму договора, тем более что даже в ситуации с Интернет-торговлей нет единого формуляра, требований, которые были бы унифицированы для всех интернет-магазинов.

Кроме того, когда покупатель акцептует оферту и направляет заявление на покупку предложенного в оферте товара (указывается сам товар – предмет договора, который является существенным условием, а также все его потребительские характеристики), он должен указать адрес доставки товара, способ доставки, если не предполагается самовывоз, или принять условие по самовывозу товара. Без указанной информации товар не может быть доставлен, а значит и договор априори не может быть исполнен. В этой связи

---

<sup>150</sup> Левашов С. Виртуальные сделки – реальные права. // ЭЖ-Юрист. – 2005. - № 40. С. 44.

мы приходим к выводу о том, что способ доставки является существенным условием договора купли-продажи дистанционным способом.

В соответствии с Правилами продажи товаров дистанционным способом если договор заключен с условием о доставке товара, продавец обязан доставить товар в установленный договором срок в место, указанное покупателем, а если место доставки товара покупателем не указано, то в место его жительства. При этом для доставки продавец может использовать услуги третьих лиц (с обязательным информированием об этом покупателя). Данное специфическое условие практически неприменимо в сфере розничной торговли, осуществляемой в стационарных местах, поскольку товар забирается в месте заключения договора. Конечно, приобретенная в магазине вещь может быть доставлена по адресу, который будет указан покупателем после заключения договора и его оплаты, т.е. в момент заключения договора указанное условие не будет являться определяющим.

Еще одним условием, которое необходимо указывать в момент заключения договора купли-продажи дистанционным способом, является срок доставки, поскольку дистанционная форма купли-продажи чаще предусматривает доставку товара, а не его самовывоз – это одно из преимуществ дистанционной торговли, о чем говорилось выше. В соответствии с Правилами продажи товаров дистанционным способом продавец обязан передать товар покупателю в порядке и сроки, которые установлены в договоре. Если в договоре срок доставки товара не определен и отсутствуют возможности определить этот срок, товар должен быть передан продавцом в разумный срок. Правда, Правилами разумный срок не определен, из чего следует, что критерий разумности следует выводить из деловой практики. Но Правилами установлен жесткий срок для исполнения договора в случае предъявления соответствующего требования покупателем: этот срок ограничен 7 днями. Аналогичные требования установлены и в ГК РФ (статья 314 «Срок исполнения обязательства»).

Условием, дополняющим условие о цене, является условие оплаты товара, поскольку договор купли-продажи дистанционным способом предусматривает две формы расчетов: расчеты наличными деньгами в момент доставки товара курьером и оплату в безналичной форме. В первом случае риск ненадлежащего исполнения договора в части доставки товара надлежащего качества минимизируется, поскольку покупатель может отказаться от товара в момент доставки, не оплатив оговоренную цену. Более того, в соответствии с Правилами продажи товаров дистанционным способом покупатель в принципе может отказаться от товара как в момент доставки, так и после в течение отведенного для розничной купли-продажи срока. Правда, в случае отказа от товара после оплаты разницы между расчетами в наличной и безналичной форме особой нет. Сложнее дело обстоит в случае оплаты с помощью банковской карты или посредством электронных денег. В частности, от этого будет зависеть и порядок возврата денег покупателю в случае расторжения договора, поэтому условия оплаты следует считать существенными ввиду влияния этого фактора на принятие решения покупателем об акцепте оферты и заключении договора.

Учитывая вышеизложенное, можно сделать следующие выводы.

Во-первых, заключаемый дистанционным способом договор розничной купли-продажи является консенсуальным, поскольку в момент заключения договора не происходит обмена товара на деньги. Настоящий договор признается заключенным при наличии согласия его участников. Во-вторых, предметом договора купли-продажи дистанционным способом являются не ограниченные в обороте и не изъятые из оборота вещи, приобретаемые для личных бытовых целей, не связанных с предпринимательством, за исключением товаров, реализация которых не допускается дистанционно в соответствии с законодательством Российской Федерации. При этом существенными условиями договора розничной купли-продажи дистанционным способом являются предмет, цена, срок, способ доставки. В-

третьих, такой договор является публичным, поскольку должен заключаться с каждым, кто обратится к продавцу. В-четвертых, указанный договор является договором присоединения, поскольку его условия определены продавцом и принимаются путем присоединения к предложенному договору в целом. При этом покупатель вправе потребовать изменения договора в случаях, предусмотренных статьей 428 ГК РФ. В-пятых, в качестве дополнительного существенного условия договора рассматриваем форму оплаты: наличный или безналичный расчет.

## **Выводы к Главе 2:**

1. В процессе исследования основных характеристик субъектов предпринимательской деятельности в сфере дистанционной торговли и правового статуса потребителя как участника дистанционной торговли диссертанту удалось прийти к заключению, что все участники дистанционной торговли разделены на две основные категории.

Первую категорию составляют хозяйствующие субъекты (или субъекты предпринимательской деятельности), реализующие свой товар или оказывающие услуги, и потребители, приобретающие соответствующие товары или услуги, ко второй категории могут быть отнесены регулирующие органы и иные субъекты. Основной категорией при этом являются непосредственные участники товарооборота - предприниматели и потребители.

При равноправии всех участников потребитель находится под особой защитой государства как наименее защищенная сторона договорных правоотношений. Кроме того, диссертантом выявлено отсутствие правовой регламентации статуса дистрибьютора в Правилах продажи товаров дистанционным способом, в связи с чем предложено дополнить вышеуказанные Правила соответствующими положениями.

2. В связи с тем, что участником дистанционной торговли может быть лицо, не обладающее полной дееспособностью, в том числе малолетнее, сформулировано авторское определение понятия мелкой бытовой сделки для целей его использования при осуществлении дистанционной торговли, в соответствии с которым мелкой бытовой сделкой должна признаваться любая сделка в отношении товара, работы или услуги небольшой стоимости, в том числе услуги по предоставлению доступа к произведениям или объектам смежных прав, определяемая в каждом отдельном случае исходя из материального положения участвующего в ней лица, его родителей или иных

законных представителей, совершаемая за счет собственных средств такого лица, его родителей или иного законного представителя (усыновителя, попечителя), направленная на удовлетворение естественных ежедневных материальных и духовных потребностей с учетом возраста, физических и интеллектуальных особенностей несовершеннолетнего, в том числе малолетнего, или иного участвующего в сделке лица (потребителя) с ограниченной дееспособностью..

3. Выявлено отсутствие правовой регламентации статуса дистрибьютора в качестве участника дистанционной торговли, в связи с чем предложено дополнить Правила продажи товаров дистанционным способом соответствующими положениями.

4. Анализ правовой природы договора купли-продажи товаров и договора возмездного оказания услуг, заключаемого дистанционным способом, позволил выявить следующие основные характеристики такого договора:

1) указанный договор является консенсуальным, поскольку в момент заключения договора не происходит обмена товар или услуги на деньги;

2) предметом договора являются не ограниченные в обороте и не изъятые из оборота вещи и не запрещенные законодательством услуги, приобретаемые для личных бытовых целей, не связанных с предпринимательством, за исключением товаров и услуг, реализация которых не допускается дистанционно в соответствии с законодательством Российской Федерации;

3) заключаемый с потребителем дистанционным способом договор является публичным, так как он должен быть заключен с любым лицом, которое обратится продавцу товара или к лицу, оказывающему соответствующие услуги;

4) указанный договор является договором присоединения, поскольку его условия определены продавцом или лицом, оказывающим услугу, и

принимаются потребителем путем присоединения к предложенному договору в целом;

5) существенными условиями договора, заключаемого дистанционным способом, должны признаваться предмет, цена, срок, способ доставки или, соответственно, способ оказания услуги и форма оплаты (наличный или безналичный расчет).



### **Глава 3. Проблема обеспечения прав потребителей в сфере дистанционной торговли товарами и услугами**

#### **3.1. Система правовых требований и ограничений при осуществлении дистанционной торговли товарами и услугами**

В целях обеспечения максимальной защиты прав и законных интересов потребителя, осуществляющего покупки товаров дистанционным способом, законодателем разработана система требований и ограничений, соблюдение которых является обязательным для всех участников дистанционной торговли.

В сфере дистанционных продаж покупатель лишен возможности непосредственного контакта с предметом покупки – с товаром. Единственная возможность узнать о товаре – ознакомиться с информацией о нем и, в лучшем случае, еще увидеть товар на фотографии, на сайте Интернет-магазина (в случае Интернет-торговли)<sup>151</sup>. Покупатель при заключении договора купли-продажи дистанционным способом ограничен в своих возможностях.

Кроме того, продажа определенных товаров вне стационарных мест торговли может повлечь дополнительные риски для потребителя. В этой связи представляется необходимым проанализировать существующие в законодательстве нормы, которые строго регламентируют деятельность хозяйствующих субъектов в сфере дистанционной торговли.

Одно из основных требований выражается в запрете продавать дистанционным способом товары, оборот которых ограничен или запрещен на территории России. Данный запрет установлен пунктом 5 Правил продажи товаров дистанционным способом, в соответствии с которым не

---

<sup>151</sup> Пластинина Н.В. Дистанционные покупки. Защита прав потребителей // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».

допускается продажа дистанционным способом алкогольной продукции, а также иных товаров, свободная реализация которых запрещена или ограничена в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации. На основании пункта 2 статьи 1 Закона «О защите прав потребителей» Правительство Российской Федерации вправе издавать правила, обязательные для публичных договоров, в том числе для договоров розничной купли-продажи, заключаемых дистанционным способом.

Согласно статье 16 Федерального закона «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции»<sup>152</sup> запрещена розничная продажа алкогольной продукции несовершеннолетним гражданам. В связи с этим закон дает право лицам, непосредственно осуществляющим отпуск алкогольной продукции, в случае возникновения у них сомнения относительно возраста покупателя потребовать у последнего документ, удостоверяющий личность и позволяющий установить истинный возраст покупателя. Иными словами, при розничной торговле в стационарных местах продаж у продавца есть возможность контролировать исполнение требований законодательства относительно возрастного ограничения на приобретение алкогольной продукции. В свою очередь, заключая договор дистанционным способом, продавец не имеет возможности убедиться в достижении совершеннолетия покупателем, потребовать и проверить документ, удостоверяющий личность такого покупателя.

Данный запрет представляется абсолютно логичным, несмотря на безрезультатные попытки коммерческих организаций оспорить в судебном

---

<sup>152</sup> Федеральный закон от 22.11.1995 № 171-ФЗ (ред. от 31.12.2014) «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» // Собрание законодательства Российской Федерации, 27.11.1995, № 48, ст. 4553.

порядке требования, установленные Правилами продажи товаров дистанционным способом, как противоречащие гражданскому законодательству<sup>153</sup>. На недопустимость продажи алкогольной продукции дистанционным способом также указывает Федеральная служба по регулированию алкогольного рынка (Росалкогольрегулирование)<sup>154,155</sup>.

К иным товарам, продажа которых также запрещена дистанционным способом в соответствии с Правилами продажи товаров дистанционным способом, относятся следующие группы товаров.

Во-первых, это табачная продукция и табачные изделия, продажа дистанционным способом которых запрещена в соответствии со статьей 19 Федерального закона «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака»<sup>156</sup>. Равно как продажи дистанционным способом, так и розничную торговлю табачной продукцией не разрешает законодатель осуществлять на ярмарках, выставках, путем развозной и разносной торговли, с использованием автоматов и иными способами. Единственное исключение из правил, это населенные пункты, в которых отсутствуют магазины и павильоны: в таких

---

<sup>153</sup> Подробнее Решение Верховного Суда Российской Федерации от 04.10.2011 № ГКПИ11-994 «Об отказе в удовлетворении заявления о признании частично недействующими пунктов 5, 20 Правил продажи товаров дистанционным способом, утв. Постановлением Правительства Российской Федерации от 27.09.2007 № 612» // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».

<sup>154</sup> Письмо Росалкогольрегулирования от 30.04.2013 № 8977/03-04 «О направлении ответов на часто задаваемые вопросы, касающиеся регулирования розничной продажи алкогольной продукции» // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».

<sup>155</sup> Постановление Правительства Российской Федерации от 24.02.2009 № 154 (ред. от 27.12.2014) «О Федеральной службе по регулированию алкогольного рынка» (вместе с «Положением о Федеральной службе по регулированию алкогольного рынка») // Собрание законодательства Российской Федерации, 02.03.2009, № 9, ст. 1119.

<sup>156</sup> Федеральный закон от 23.02.2013 № 15-ФЗ (ред. от 31.12.2014) «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака» // Собрание законодательства Российской Федерации, 25.02.2013, № 8, ст. 721.

местах допускается торговля табачной продукцией на других торговых объектах, т.е. вне магазинов, или развозная (разносная) торговля<sup>157</sup>.

Более того, Роспотребнадзор указывает на то, что ограничения, введенные Правилами продажи товаров дистанционным способом, также распространяются в целом и на продажу табачной продукции<sup>158</sup>. Кроме того, довод из судебной практики о практической невозможности определить возраст покупателя, приобретающего товар дистанционным способом, в полной мере распространяется и на продажу табачных изделий и соответствует иному разрабатываемому нормативному регулированию<sup>159</sup>. По нашему мнению, в целях предупреждения любых разночтений Правил продажи товаров дистанционным способом в части возрастных ограничений на покупку определенных товаров целесообразно установить в самом документе непосредственный запрет на продажу дистанционным способом табачной продукции и табачных изделий, в связи с чем пункт 5 Правил продажи товаров дистанционным способом должен прямо предусматривать положение о том, что не допускается продажа дистанционным способом алкогольной продукции, табачной продукции и табачных изделий и иных товаров, продажа которых несовершеннолетним запрещена, а также товаров, свободная реализация которых запрещена или ограничена законодательством Российской Федерации.

Во-вторых, под запрет попадает дистанционная торговля оружием и патронами к нему. На территории России в целом оборот оружия крайне

---

<sup>157</sup> Пшеницын О. Табачок с Россией врозь // ЭЖ-Юрист. 2013. № 8. С. 2.

<sup>158</sup> Письмо Роспотребнадзора от 12.10.2007 № 0100/10281-07-32 «О контроле за соблюдением Правил продажи товаров дистанционным способом» // Документы и комментарии, № 22, 12.11.2007.

<sup>159</sup> Распоряжение Правительства Российской Федерации от 23.09.2010 № 1563-р «О Концепции осуществления государственной политики противодействия потреблению табака на 2010 - 2015 годы» (вместе с «Концепцией осуществления государственной политики противодействия потреблению табака на 2010 - 2015 годы», «Планом мероприятий по реализации концепции осуществления государственной политики противодействия потреблению табака на 2010 - 2015 годы») // Собрание законодательства Российской Федерации, 04.10.2010, № 40, ст. 5118.

ограничен (допускается владение охотничьим и травматическим оружием для граждан на основании специального разрешения, а также служебным оружием для сотрудников правоохранительных органов, частных охранных и детективных служб), и в этой связи установлен запрет на оборот в качестве гражданского и служебного огнестрельного и иного оружия определенных видов<sup>160</sup>.

В-третьих, не подлежат продаже дистанционным способом драгоценные металлы и драгоценные камни, в отношении которых согласно пункту 2 статьи 129 ГК РФ введено ограничение оборотоспособности, поскольку сделки с ними допускаются только по специальному разрешению. Так, в соответствии с Федеральным законом «О драгоценных металлах и драгоценных камнях»<sup>161</sup> предусмотрено лицензирование деятельности по розничной продаже ювелирных изделий, которое выражено в выдаче соответствующих разрешений (лицензий) и ведении федерального пробирного надзора, включающего в себя специальный учет хозяйствующих субъектов, совершающих сделки с драгоценными металлами и драгоценными камнями. Порядок ведения подобного учета регламентирован Инструкцией о порядке ведения специального учета<sup>162</sup>, в соответствии с которой все хозяйствующие субъекты, хозяйственная деятельность которых выражена в реализации ювелирных изделий, должны встать на специальный учет в государственных инспекциях пробирного надзора перед началом работы с драгоценными металлами и камнями. Постановка на учет подтверждается выдачей соответствующего свидетельства. Ювелирные

---

<sup>160</sup> Статья 6 Федерального закона от 13.12.1996 № 150-ФЗ (ред. от 31.12.2014) «Об оружии» // Собрание законодательства Российской Федерации, 16.12.1996, № 51, ст. 5681.

<sup>161</sup> Федеральный закон от 26.03.1998 № 41-ФЗ (ред. от 21.11.2011) «О драгоценных металлах и драгоценных камнях» // Собрание законодательства Российской Федерации, 30.03.1998, № 13, ст. 1463.

<sup>162</sup> Приказ Минфина Российской Федерации от 16.06.2003 № 51н «О специальном учете организаций и индивидуальных предпринимателей, осуществляющих операции с драгоценными металлами и драгоценными камнями» (Зарегистрировано в Минюсте Российской Федерации 10.07.2003 № 4883) // Бюллетень нормативных актов федеральных органов исполнительной власти, № 47, 24.11.2003.

изделия относятся к ограниченно оборотоспособным объектам, в их отношении разрешительный порядок реализации<sup>163</sup>.

Кроме того, на запрете реализации ювелирных изделий дистанционным способом настаивает Роспотребнадзор, который считает обязательным для соблюдения всеми хозяйствующими субъектами, осуществляющими розничную продажу товаров дистанционным способом, положений Правил продажи отдельных видов товаров, не допускающих вне стационарных мест, т.е. разносным способом, торговлю изделий из драгоценных металлов и драгоценных камней. Здесь же хотим обратить внимание, что в специальной и научной литературе ограничения в отношении продажи определенных товаров, установленных для разносной торговли, нередко применяются к дистанционному способу продаж<sup>164</sup>.

Дистанционная купля-продажа и разносная торговля – это не идентичные понятия. В первом случае определяющим признаком является отсутствие контакта покупателя с продавцом и товаром в момент заключения договора купли-продажи, а в случае с разносной торговлей такой контакт обязателен. Согласно ГОСТ Р 51303-2013 «Торговля. Термины и определения» под разносной торговлей понимается форма мелкорозничной торговли, осуществляемая вне стационарной торговой сети путем непосредственного контакта продавца с покупателем в организациях, на транспорте, дому или улице<sup>165</sup>. Как видим, отличие разносной торговли от обычной заключается только в месте продажи, т.е. вне стационарных мест (за пределами магазина). В свою очередь, разносная торговля, помимо

---

<sup>163</sup> Терешко Ю. Украшения через Интернет // Юридическая газета. 2011. № 12. С. 7.

<sup>164</sup> См., например: Сугробов Д.В. Правовое регулирование обращения биологически активных добавок на потребительском рынке России: диссертация кандидата юридических наук: 12.00.03. М., 2008. С. 70.

<sup>165</sup> ГОСТ Р 51303-2013. Национальный стандарт Российской Федерации. Торговля. Термины и определения (утв. Приказом Росстандарта от 28.08.2013 № 582-ст). По материалам сайта <http://protect.gost.ru>

указанных товаров, не разрешается и в отношении продовольственных товаров (за некоторыми исключениями) и лекарственных препаратов<sup>166</sup>.

Дистанционная продажа продуктов питания в соответствии с Правилами продажи товаров дистанционным способом не запрещена. Пункт 9 указанных Правил обязывает продавца в отношении продуктов питания (уже в момент доставки) предоставить определенные сведения, в том числе о составе, пищевой ценности, назначении, условиях применения и их хранения, способах изготовления блюд, противопоказаниях и др. Эти требования имеют обязательный характер, и отсутствие информации хотя бы по одному из вышеперечисленных пунктов дает основание потребителю предъявлять претензии продавцу, а полномочному государственному органу в лице Роспотребнадзора – применять при необходимости меры воздействия. В частности, при выявлении нарушений соответствующих требований, а также нарушений прав потребителей, которые могут носить системный характер, в рамках своей компетенции Роспотребнадзор принимает не только меры административного воздействия, но и предъявляет иски в суды о признании действий продавца противоправными в отношении неопределенного круга потребителей<sup>167</sup>. В то же время мы считаем недостаточными те требования, которые регламентированы Правилами продажи товаров дистанционным способом в отношении продажи продуктов питания. Более того, отдельно не определен и порядок продажи лекарственных средств.

---

<sup>166</sup> Постановление Правительства Российской Федерации от 19.01.1998 № 55 (ред. от 05.01.2015) «Об утверждении Правил продажи отдельных видов товаров, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование покупателя о безвозмездном предоставлении ему на период ремонта или замены аналогичного товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации» // Собрание законодательства Российской Федерации, 26.01.1998, № 4, ст. 482.

<sup>167</sup> Письмо Роспотребнадзора от 12.10.2007 № 0100/10281-07-32 «О контроле за соблюдением Правил продажи товаров дистанционным способом» // Документы и комментарии, № 22, 12.11.2007.

Представляется невозможным согласиться и с установлениями Роспотребнадзора, считающего обязательным соблюдение требований, касающихся запрета на продажу товаров разносным способом, для дистанционной торговли. Доставка на дом продуктов питания является удобной для потребителя услугой, а для продавца – возможностью увеличить свой товарооборот. Безусловно, учитывая специфику такого товара как пищевые продукты, которые имеют ограниченный срок годности, следует ввести и более ограниченный срок доставки, нивелирующий риск порчи товара. Срок доставки таких товаров можно привязать к окончанию срока годности, в связи с чем предлагаем внести в Правила продажи товаров дистанционным способом положение о том, что для скоропортящихся продуктов питания срок доставки не может превышать трех дней со дня заключения договора купли-продажи дистанционным способом при условии, что в момент доставки продуктов питания срок годности последних истекает не ранее, чем через пять дней.

Требования, предъявляемые законодательством Российской Федерации к обороту продуктов питания, применяются к отношениям, возникающим при заключении договора купли-продажи дистанционным способом с учетом особенностей такого договора».

Целесообразно разрешить продажу лекарственных препаратов дистанционно, ограничив такую продажу Интернет-аптеками, т.е. аптеками, имеющими свои сайты в сети Интернет. Подобный режим предлагаем установить и для БАД, реализация которых дистанционным способом и через дистрибьюторов считается нарушением санитарно-эпидемиологических требований на основании Постановления Главного государственного санитарного врача Российской Федерации<sup>168</sup>. Розничная торговля БАД осуществляется через аптечные учреждения, специализированные магазины

---

<sup>168</sup> Постановление Главного государственного санитарного врача Российской Федерации от 20.05.2009 № 36 «О надзоре за биологически активными добавками к пище (БАД)» (Зарегистрировано в Минюсте Российской Федерации 10.07.2009 № 14312) // Российская газета, № 143, 05.08.2009.



по продаже диетических продуктов, продовольственные магазины<sup>169</sup>. Представляется целесообразным ввести в нормативно-правовой оборот определение Интернет-аптеки как аптечной организации или индивидуального предпринимателя, имеющих лицензию на фармацевтическую деятельность, осуществляющих розничную торговлю дистанционным способом через зарегистрированный в информационно-телекоммуникационной сети Интернет сайт лекарственными препаратами для медицинского применения в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации.

В данном случае предлагаем применить опыт западных стран, в которых продажа лекарственных средств через глобальную сеть Интернет является широко распространенным явлением. Во-первых, лекарства не назначаются здоровому человеку, а больному не всегда по силам добраться до стационарного места продажи лекарственных препаратов. Во-вторых, цены на товар, реализуемый дистанционным способом, как правило, ниже, чем реализуемый в магазинах, поскольку отсутствует арендная плата. Безусловно, мы отдаем себе отчет, что обеспечить государственный контроль за деятельностью интернет-аптек значительно сложнее, чем за деятельностью стационарных аптечных организаций. В частности, при покупке лекарств, отпускаемых по рецепту врача, необходимо указывать рецептурные данные при заполнении специальной формы-заказа (своего рода договора), которая должна находиться на сайте интернет-аптеки. Для реализации этого предложения следует создать единую электронную базу рецептов, куда необходимо будет вносить данные по каждому выписываемому рецепту,

---

<sup>169</sup> Постановление Главного государственного санитарного врача Российской Федерации от 17.04.2003 № 50 «О введении в действие санитарно-эпидемиологических правил и нормативов СанПиН 2.3.2.1290-03» (вместе с "СанПиН 2.3.2.1290-03. 2.3.2. Продовольственное сырье и пищевые продукты. Гигиенические требования к организации производства и оборота биологически активных добавок к пище (БАД). Санитарно-эпидемиологические правила и нормативы", утв. Главным государственным санитарным врачом Российской Федерации 17.04.2003) // Российская газета, № 108, 05.06.2003.

включая номер рецепта, информацию о враче, пациенте. Последнее поможет избежать злоупотреблений своим положением со стороны врачей, а также минимизирует риск приобретения рецепторных лекарственных препаратов без надлежаще оформленных документов – рецептов.

В свою очередь, к сайтам интернет-аптек следует также предъявить определенные требования. Во-первых, на сайте должна размещаться подробная информация о хозяйствующем субъекте – аптечной организации или индивидуальном предпринимателе, с указанием номера лицензии на осуществление фармацевтической деятельности. Во-вторых, сайт должен обладать высокой степенью защиты с целью сохранения информации о пациенте – потребителе, обратившемся за покупкой как рецептурных, так и безрецептурных лекарственных препаратов. В-третьих, сайт интернет-аптеки должен включать консультационную службу в режиме «on-line» для возможности потребителя узнать исчерпывающую информацию о лекарстве, в котором последний нуждается, или получить рекомендацию относительно какого-либо лекарства.

Кроме прямых запретов на продажу определенных товаров дистанционным способом, Правила продажи товаров дистанционным способом предъявляют требования к информации, к товару, реализация которого допускается дистанционным способом, а также требования к порядку исполнения договора купли-продажи дистанционным способом в процессе передачи и приема товара покупателем.

Так, особые требования предъявляются к объему и содержанию информации, которую обязан предоставить продавец как до заключения договора розничной купли-продажи, так и в момент доставки товара покупателю. Перечень сведений нами подробно был рассмотрен выше. Предъявляются и требования к передаче документации (инструкции) к товару. Например, в одном процессе суд установил, что приобретенный истцом товар продавался дистанционным способом, демонстрации работы

прибора на дому не было, подключение прибора не производилось, товар не распаковывался, информация о товаре, порядке и сроках его возврата не предоставлялась. Таким образом, руководствуясь положениями статьи 10 Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей», суд частично удовлетворил исковые требования о защите прав потребителя, расторжении договора, взыскании денежных средств, указав, что передача истцу документации по товару сама по себе не свидетельствует о том, что ответчик в полном объеме предоставил ему информацию, по поводу которой возник спор<sup>170</sup>.

Кроме того, на продавца возлагается обязанность по предоставлению информации о порядке и сроках возврата товара надлежащего качества в письменной форме в момент доставки товара. Отсутствие такой информации не лишает покупателя права отказаться от товара в течение 3 месяцев с момента передачи товара. Интересно, что несколько иной опыт сложился в Европе, и европейское право, не всегда возлагая на предпринимателя обязанности по доведению до потребителя необходимой информации, устанавливает требования к качеству такой информации и регулирует последствия ее предоставления<sup>171</sup>.

О требованиях, предъявляемых к состоянию и качеству товара в рамках Правил продажи товаров дистанционным способом, подлежащего возврату, а также об особенностях отказа от товара надлежащего качества, имеющего индивидуально-определенные свойства, мы говорили в рамках анализа содержания правоотношений, которые возникают в дистанционной сфере.

Отсутствие кассового чека само по себе не является основанием для отказа в принятии продавцом товара и возврате денежных средств

---

<sup>170</sup> Апелляционное определение Московского городского суда от 18.12.2013 по делу № 11-40014 // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».

<sup>171</sup> Ширвиндт А.М. Ограничение свободы договора в целях защиты прав потребителей в российском и европейском частном праве / под общ. ред. А.Л. Маковского; Исследовательский центр частного права. М.: Статут, 2014. 158 с. // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».

покупателю в соответствии со статьей 18 Закона «О защите прав потребителей» и статьей 493 ГК РФ, причем именно в случае дистанционной торговли, в том числе при использовании сети Интернет, когда оплата товара осуществляется потребителем с помощью электронных денег или в безналичной форме (с использованием банковской карты и т.д.) факт покупки может быть подтвержден любыми документами, подтверждающими перевод денежных средств<sup>172</sup>.

Наряду с Правилами продажи товаров дистанционным способом, регламентирующих специфику купли-продажи дистанционным способом, существуют общие требования, предъявляемые не просто к качеству товаров, оборот которых осуществляется на территории Российской Федерации, а к их безопасности. Эти требования проистекают из необходимости обеспечить безопасность жизни, здоровья, имущества потребителя. Реализуется указанное право посредством подтверждения соответствия товаров требованиям безопасности – добровольная и обязательная сертификация. И если добровольная сертификация, которая главным образом проводится для установления соответствия национальным стандартам и условиям договора, применима не только к продукции, но и к работам (услугам), то объектом обязательной сертификации в соответствии с Федеральным законом «О техническом регулировании»<sup>173</sup> может быть только продукция. Непосредственные перечни товаров, подлежащих обязательной сертификации, установлены Правительством Российской Федерации и включают широкий спектр пищевых продуктов<sup>174</sup>.

---

<sup>172</sup> Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 28.06.2012 № 17 «О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей» // Бюллетень Верховного Суда Российской Федерации, № 9, сентябрь, 2012.

<sup>173</sup> Федеральный закон от 27.12.2002 № 184-ФЗ (ред. от 23.06.2014) «О техническом регулировании» // Парламентская газета, № 1-2, 05.01.2003.

<sup>174</sup> Постановление Правительства Российской Федерации от 01.12.2009 № 982 (ред. от 20.10.2014) «Об утверждении единого перечня продукции, подлежащей обязательной сертификации, и единого перечня

В отношении требований, предъявляемых к доставке и приему товара, необходимо отметить следующее. Когда договор заключен с условием о доставке товара покупателю, на продавца возлагается требование доставить товар в место, указанное покупателем, а при неуказании такого места - по месту его жительства. Чаще всего при покупке товара дистанционным способом покупатель либо сообщает по телефону, либо заполняет определенную форму (формуляр) на интернет-сайте, где указывает адрес и желательный срок доставки. В целях исполнения договора продавец может использовать услуги третьих лиц с информированием об этом покупателя, которые обеспечат доставку товара.

Принципиально важное требование предъявляется к удовлетворению продавцом требований покупателя в случае продажи последнему товара ненадлежащего качества. Форма заявления о возврате товара законодателем не установлена, однако оптимальным вариантом обычно признается письменная форма<sup>175</sup>. В случае возникновения между покупателем и продавцом спора о причинах появления недостатков приобретенного товара на продавца возлагается обязанность по проведению за свой счет экспертизы такого товара. При этом если продавец отказывается от проведения экспертизы, покупатель может обеспечить ее проведение за свой счет. Впоследствии указанные средства могут быть взысканы с продавца в судебном порядке.

Следует указать на такую проблему, как отсутствие возможности установления перечня товаров, приобретенных дистанционным способом, не

---

продукции, подтверждение соответствия которой осуществляется в форме принятия декларации о соответствии» // Собрание законодательства Российской Федерации, 14.12.2009, № 50, ст. 6096.

<sup>175</sup> Гусятникова Д.Е. 10 основных ситуаций защиты прав потребителей при покупке товаров. М.: Омега-Л, 2008. 127 с. // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».

подлежащих возврату<sup>176</sup>. При дистанционной продаже невозможно применять по аналогии Перечень непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену<sup>177</sup>, тем более что в отношении целого ряда товаров из указанного перечня действует запрет на дистанционную торговлю. Полагаем, что единственным решением указанной проблемы будет разработка и принятие специального перечня товаров, не подлежащих возврату при дистанционном способе продажи. В то же время, учитывая основную идею законодателя относительно закрепления на законодательном уровне периода «охлаждения», единственным альтернативным решением будет запретить продажу дистанционным способом широкого перечня товаров, что, по нашему мнению, не является предпочтительным решением.

Еще одной проблемой, на которую уже обращалось внимание в первой главе, является неурегулированность отношений в сфере оказания дистанционных услуг, на которые не распространяются Правила продажи товаров дистанционным способом, в связи с чем на рассмотрение вынесено предложение о распространении положений о дистанционной торговле на отношения, возникающие в процессе оказания (заказа) услуг дистанционно. Таким образом, действующее законодательство, регулирующее отношения в сфере дистанционной торговли, предусматривает ограничения в виде запрета на продажу определенных видов товара, а также не распространяет свое

---

<sup>176</sup> Степанюк А.В. Защита прав потребителей при продаже товаров дистанционным способом / Региональные аспекты защиты прав потребителей: материалы науч.-практ. конф. (г. Белгород, 15 марта 2012 г.). – Белгород: ИД «Белгород», 2013. С. 38-39.

<sup>177</sup> Постановление Правительства Российской Федерации от 19.01.1998 № 55 (ред. от 05.01.2015) «Об утверждении Правил продажи отдельных видов товаров, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование покупателя о безвозмездном предоставлении ему на период ремонта или замены аналогичного товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации» // Собрание законодательства Российской Федерации, 26.01.1998, № 4, ст. 482.

действие на отношения по оказанию (заказу) услуг дистанционно. В свою очередь, требования, предъявляемые к дистанционной торговле, можно сгруппировать по нескольким категориям: во-первых, требования, предъявляемые к информации о товаре, услуге и продавце или лице, оказывающем услугу, предоставляемой потребителю до заключения договора, при оказании услуги и в момент доставки товара или при его передаче в случае самовывоза; во-вторых, требования, предъявляемые к качеству и безопасности товара или услуги, соблюдению законодательства Российской Федерации при продаже товара или оказании услуги; в-третьих, требования, предъявляемые к порядку исполнения договора купли-продажи или договора возмездного оказания услуг, заключаемого дистанционным способом, в том числе в процессе передачи и приема товара покупателем или получения услуги ее потребителем, а также при обеспечении гарантий, предусмотренных законодательством о защите прав потребителей.

### **3.2. Гражданско-правовая ответственность за нарушения в сфере дистанционной торговли товарами и услугами, в том числе связанными с использованием объектов авторских и смежных прав**

Правовое регулирование всех общественных отношений зиждется на двух основных принципах – диспозитивном (или юридическом равенстве сторон) и императивном (или власти-подчинения). Но даже в случае равенства сторон государство не оставляет без внимания такие отношения, и поэтому существенная роль отводится системе обеспечения соблюдения установленных законодательством предписаний и правил поведения всех участников общественных отношений, что нередко достигается мерами государственного принуждения. Выражаются подобные меры в виде юридической ответственности, степень которой соответствует степени содеянного, поскольку любая ответственность должна быть адекватной степени совершенного правонарушения.

В правовой науке юридическая ответственность понимается по-разному. Так, Е.А. Суханов определяет юридическую ответственность как «одну из форм государственного принуждения, состоящую во взыскании судом с правонарушителя в пользу потерпевшего имущественных санкций»<sup>178</sup>. По нашему мнению, юридическая ответственность – это всегда мера государственного воздействия, но цель такого воздействия зависит от того, кому причинен правонарушением вред, чьи законные интересы пострадали от этого правонарушения.

При этом можно указать на следующие признаки юридической ответственности: во-первых, она возникает в случае совершения правонарушения (совершения конкретного деяния, которое квалифицируется законом как правонарушение); во-вторых, применяется за нарушение норм права (нарушения требований, предъявляемых к участникам дистанционной

---

<sup>178</sup> Гражданское право. Т. 1: Учебник / Отв. ред. Е.А. Суханов. – М.: БЕК, 1998. С. 431.



торговли); в-третьих, непосредственно связана с субъектом, совершившим правонарушение (например, нарушены права потребителя в процессе продажи товара дистанционным способом); в-четвертых, фиксируется и конкретизируется в санкции правовой нормы (законодательством предусмотрена ответственность именно за это правонарушение, которым причиняется вред потребителю или пренебрегаются установления государства); в-пятых, представляет собой реакцию государства на нарушение правовых предписаний (реакция может быть опосредована действиями Роспотребнадзора); в-шестых, выражается в применении мер государственного принуждения (например, в виде штрафа); в-седьмых, влечет негативные последствия для правонарушителя, предусмотренные нормами права (могут выражать в виде лишения части имущества); в-восьмых, наступает только при наличии всех признаков правонарушения – состава правонарушения (наличие объекта, объективной стороны, субъективной стороны, субъекта); в-девятых, применяется уполномоченными органами государства (в зависимости от характера: административная или гражданская); в-десятых, преследует определенные цели и выполняет специфические функции (имеет административный или гражданско-правовой характер)<sup>179</sup>.

Интересным является вопрос о государственном принуждении как необходимом признаке юридической ответственности. Так, С.Н. Братусь, отрицая понимание юридической ответственности как кары, наказания, определяет юридическую ответственность как «исполнение обязанности на основе государственного или приравненного к нему общественного принуждения» и полагает, что «добровольное исполнение обязанности юридической ответственностью не является»<sup>180</sup>. Получается, что любая ответственность есть реакция государства и общества в целом, имеющая

---

<sup>179</sup> Габричидзе Б.Н., Чернявский А.Г. Юридическая ответственность: Учебное пособие. – М.: Альфа-М, 2005. С. 72-73

<sup>180</sup> Братусь С.Н. Юридическая ответственность и законность. – М., 1976. С. 85.

своей целью наказать правонарушителя. Да и государственное принуждение, как пишет Д.А. Липинский, «неизбежно сопутствует юридической ответственности и является ее характеристикой»<sup>181</sup>. В то же время несколько иной точки зрения придерживается Б.И. Пугинский, по мнению которого не отменяется государственно-принудительный характер ответственности даже в том случае, если ответственность будет «реализована в бесспорном порядке и даже добровольно возложена на себя должником путем уплаты суммы неустойки или убытков потерпевшей стороны»<sup>182</sup>.

Так, участники правоотношений, складывающихся в сфере дистанционной торговли, в зависимости от степени общественной опасности совершенного правонарушения могут быть привлечены к уголовной, административной и гражданско-правовой ответственности. Роспотребнадзор в рамках работы по выявлению и пресечению правонарушений широко применяет меры административной ответственности.<sup>183</sup>

В то же время, поскольку в сфере дистанционной торговли центральной фигурой выступает потребитель, которому противоправным поведением хозяйствующих субъектов причиняется вред, основным видом юридической ответственности является гражданско-правовая ответственность. Это связано со стремлением максимально защитить потребителя, на практике имеющего «неравные права» с другими участниками потребительских правоотношений, поскольку законодательством «признается презумпция непрофессионального потребителя, т.е. презюмируется вина продавца»<sup>184</sup>. Такая защита интересов

---

<sup>181</sup> Липинский Д.А. Юридическая ответственность: Монография/Под ред. Р.Л. Хачатурова. – Тольятти: Волжский университет им. В.Н. Татищева, 2002. С. 70.

<sup>182</sup> Пугинский Б.И. Гражданско-правовые средства в хозяйственных отношениях. – М., 1984. С. 137.

<sup>183</sup> Болдырев Ю. Н. Права и обязанности потребителей // Торговый эксперт. 2008. № 2. С. 146.

<sup>184</sup> Свинцова Е.Ю. Защита прав потребителей в сфере рекламной деятельности в Российской Федерации. Диссертация кандидата юридических наук: 12.00.03. – М. 2005. С. 45.

потребителя выражается в восстановлении его «попранных» имущественных прав.

Н.М. Коршунов считает, что под «вредом» следует понимать любое умаление материального либо нематериального блага, включая повреждение или уничтожение имущества, снижение прибыли, ограничение трудовых возможностей, потерю кормильца, расходы, необходимые для поддержания и восстановления жизнедеятельности потерпевшего<sup>185</sup>. В.П. Грибанов рассматривает вред как всякое «умаление» личного и имущественного блага.<sup>186</sup>

Как представляется, применительно к потребительским правоотношениям наиболее близкое определение вреда, причиненного гражданским правонарушением, сформулировано И.В. Матвеевым. Автор пишет, что вредность указанного правонарушения проявляется в «причинении вреда общественным отношениям гражданского оборота, его нормальному развитию. В частности, они могут причинить вред лицам, которые, участвуя в данной сделке, не обладают необходимым уровнем сделкоспособности, либо стали жертвой обмана, заблуждения...и других указанных в законе обстоятельств при заключении договора»<sup>187</sup>.

Гражданско-правовая ответственность, к которой привлекаются участники дистанционной торговли, имеет свою специфику. Ее сущность заключается в восстановлении прежнего экономического положения лица, интересы которого были нарушены (в данном случае речь идет о материальных интересах), и такая ответственность, по справедливому утверждению А.А. Гогина, не обладает карательными функциями<sup>188</sup>. Как указывают многие авторы, необходимо учитывать компенсаторную природу

---

<sup>185</sup> Коршунов Н.М., Товмасын А.Р. Возмещение вреда, причиненного вследствие недостатков товаров, работ и услуг. – Н. Новгород, 1998. С. 19

<sup>186</sup> Грибанов В.П. Осуществление и защита гражданских прав. – М., 2000. С. 329-332.

<sup>187</sup> Матвеев И.В. Правовая природа недействительных сделок. – М., 2002. С. 23.

<sup>188</sup> Гогин А.А. Правонарушения: понятие, виды. – М.: NOTA BENE, 2007. - С. 105.

гражданско-правовой ответственности, призванную не столько оказывать воздействие на нарушителя в рамках общей или частной превенции, сколько обеспечивать восстановление имущественной сферы потерпевшего, поддерживать стабильность гражданского оборота<sup>189</sup>.

Основное отличие гражданско-правовой ответственности от административной, которая также преимущественно выражена в имущественном воздействии на правонарушителя, заключается в наличии «бенефициара», выгодоприобретателя, которым в нашем случае является сам потребитель (в его доход идут взыскиваемые с правонарушителя денежные средства), а не государство. Более того, привлечение к гражданской ответственности опосредовано инициативой потребителя, права которого нарушены, в то время как административная ответственность наступает по инициативе Роспотребнадзора<sup>190</sup>.

Гражданско-правовая ответственность законодателем ставится на первое место, когда речь идет об отношениях, в качестве одной из сторон в которых выступает потребитель. Как справедливо замечает О.А. Белова, «только гражданско-правовая ответственность имеет компенсационную функцию»<sup>191</sup>.

В сфере дистанционной торговли необходимо выделять две основные формы гражданско-правовой ответственности, к которым относятся взыскание неустойки и возмещение убытков. Статья 330 ГК РФ под неустойкой понимает определенную законом или договором денежную сумму, которую должник обязан уплатить кредитору в случае неисполнения или ненадлежащего исполнения обязательства, в частности в случае просрочки исполнения. При этом важным условием является отсутствие

---

<sup>189</sup> См., в частности: Рекомендации VIII Ежегодных научных чтений, посвященных памяти профессора С.Н. Братуся «Юридическая ответственность: современные вызовы и решения» // Журнал российского права. 2014. № 1. С. 52 - 58.

<sup>190</sup> Канунникова Н. Г. Ответственность юридических лиц за административное правонарушение: Учебное пособие. – Краснодар: Краснодарский университет МВД России, 2006. С. 15.

<sup>191</sup> Белова О.А. Указ. соч., С. 135.

обязанности кредитора по требованию об уплате неустойки доказывать причинение ему убытков. Законодатель разделяет неустойку на два вида: законная и договорная. Первый вид применяется априори, т.е. не зависит от воли сторон. Единственное право – требовать увеличения размера неустойки, если законом не предусмотрен ее предельный размер. Договорная же неустойка вытекает из соглашения сторон, составленного в письменной форме. Представляется, что в сфере дистанционной торговли этот вид неустойки крайне сложно применить, если эти условия трактуются в пользу продавца. Поэтому взыскиваемая с продавца неустойка за неисполнение в срок договора купли-продажи дистанционным способом является законной, поскольку предусмотрена как мера ответственности продавца законодательством о защите прав потребителей. По справедливому замечанию О.А. Беловой, «размер неустойки исчисляется не от размера суммы, уплаченной обязанной стороной, а от цены товара»<sup>192</sup>.

Так, за нарушение сроков доставки товара продавец несет ответственность в форме уплаты потребителю штрафной неустойки (пени) за каждый день просрочки. При этом, поскольку неустойка взыскивается с обязанного лица в судебном порядке, суд имеет право уменьшить ее размер, если размер причиненных убытков является небольшим или они вообще отсутствуют<sup>193</sup>. В то же время, как показывает практика, уменьшить размер неустойки можно только в той ее части, которая подлежит уплате, но не в той, которая была принята к зачету в случаях удовлетворения встречных обязательств потребителя перед продавцом, которые заключаются в оплате товара, проданного на условиях отсрочки платежа.

В свою очередь, среди всех форм гражданско-правовой ответственности, по мнению А.П. Сергеева и Ю.К. Толстого, особое место

---

<sup>192</sup> Белова О.А. Указ. соч., С. 144.

<sup>193</sup> Информационное письмо Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 14.07.1997 № 17 «Обзор практики применения арбитражными судами статьи 333 Гражданского кодекса Российской Федерации» // Вестник Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации, № 9, 1997.

занимает возмещение убытков, представляющее собой ответственность одного участника гражданского правоотношения перед другим участником<sup>194</sup>.

Надо сказать, что ответственность продавца установлена не только за необеспечение надлежащего качества, но и безопасности товара, что является прямым нарушением права покупателя на приобретение качественного и безопасного товара, установленного Законом «О защите прав потребителей» и Правилами продажи товаров дистанционным способом. Как только потребителем выявлен недостаток товара, он вправе предъявить продавцу любое из требований, указанных в статье 18 Закона «О защите прав потребителей», которое должно быть удовлетворено продавцом. Продавец также должен будет возместить покупателю убытки, причиненные последнему вследствие продажи товара ненадлежащего качества. Но подлежат удовлетворению продавцом эти требования покупателя в том случае, если такие недостатки не были оговорены продавцом при заключении договора, т.е. они не обусловлены спецификой предмета договора.

За продажу бракованного товара ответственность может возлагаться не только на продавца (изготовителя), но и на поставщика товаров, включая импортера. Последнее обусловлено тем, что изготовитель иностранного товара, не имеющий постоянного представительства на территории России и, соответственно, не находящийся под ее юрисдикцией, на практике не сможет быть привлечен к ответственности по российскому праву.

Законом «О защите прав потребителей» определен механизм реализации требований потребителя<sup>195</sup>. Покупатель должен известить продавца о ненадлежащем исполнении договора купли-продажи

---

<sup>194</sup> Гражданское право. Учебник. Часть I. Издание второе, переработанное и дополненное. / Под ред. А.П. Сергеева, Ю.К. Толстого. – М.: «ПРОСПЕКТ», 1997. С. 526, 527.

<sup>195</sup> Кирюшина И.В. Правовой статус потребителя и его реализация в гражданском праве. Дис. к.ю.н., Барнаул, 2004. С. 170-172.

дистанционным способом. При этом в соответствии с положениями статьи 483 ГК РФ в случае невыполнения покупателем обязанности по извещению продавца последний вправе отказаться полностью или частично от удовлетворения требований покупателя, если докажет, что невыполнение этого правила покупателем повлекло невозможность удовлетворить его требования или влечет для продавца несоизмеримые расходы. Если же спора о наличии недостатков в товаре или о причинах их возникновения не возникло, требования покупателя должны быть удовлетворены в полном объеме. В противном случае требуется проведение независимой экспертизы.

Закон «О защите прав потребителей» не только закрепляет право потребителя требовать проведения независимой экспертизы, но и предоставляет ему право присутствовать при проведении такой экспертизы. При этом из указанного права, по справедливому замечанию некоторых специалистов, вытекает «возможность не только присутствовать при проверке качества, но и делать замечания, задавать вопросы специалистам, а также подписать акт, составленный по итогам проверки, с замечаниями»<sup>196</sup>. В свою очередь, при несогласии с выводами эксперта и, как следствие, окончательными результатами экспертизы, покупатель имеет право обжалования такого заключения в судебном порядке. Но если будет установлено, что выявленные недостатки нельзя вменить в вину продавцу (непроизводственные причины недостатков), то бремя по оплате всех расходов, связанных с проведением независимой экспертизы, ложится на потребителя. При этом расходы, связанные с проверкой качества товара, должен нести продавец независимо от результатов указанной проверки.

Эксперт не несет ответственности за достоверность выводов, полученных в результате проведения экспертизы, независимо от уровня и квалификации проводимых исследований. Эта проблема (отсутствие

---

<sup>196</sup> Чернова О.А., Буряк Е.Ю. «Комментарий к Закону Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» (постатейный) // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».

законодательных требований к квалификации экспертов и уровню проводимой экспертизы) давно обозначена в специальной и научной литературе<sup>197</sup>. В итоге получается, что, с одной стороны, эксперты не несут ответственности за те выводы, которые изложены в экспертном заключении, а с другой – именно от этого заключения нередко зависят результаты рассмотрения дел в суде. Из вышесказанного следует, что необходимо регламентировать на законодательном уровне требования, которые должны предъявляться к уровню профессиональной квалификации независимых экспертов. Несоответствие таким требованиям должно исключать возможность участия кандидата в проведении независимой экспертизы.

Основанием для взыскания убытков может также являться нарушение права потребителя на информацию о товаре и продавце (изготовителе), когда покупателю не предоставлена возможность незамедлительно при заключении договора получить такую информацию<sup>198</sup>. При этом обязательным условием для привлечения к ответственности является наличие причинно-следственной связи между реальным причинением вреда (здоровью, имущественному положению) потребителя и фактом не предоставления информации или ее предоставление не в полном объеме.

Следует обратить внимание на то, что вопросу о привлечении к гражданско-правовой ответственности за вред, причиненный вследствие недостатков товара, а также вследствие недостоверной или недостаточной информации, уделяется особое внимание, поскольку в результате указанных правонарушений возникает не только обязательство продавца выполнить требования покупателя, но могут возникнуть и внедоговорные деликтные обязательства между покупателем и изготовителем товара. Таким образом, «допускается конкуренция договорного и внедоговорного (деликтного) исков»<sup>199</sup>. Непосредственный выбор остается за покупателем: либо исковое

---

<sup>197</sup> Нестеров А. Какова ответственность эксперта? Высшая школа экономики // URL: <http://www.hse.ru>.

<sup>198</sup> Кирюшина И.В. Указ. соч., С. 170-172.

<sup>199</sup> Кирюшина И.В. Указ. соч., С. 176-180.



требование предъявляется к продавцу в рамках заключенного договора купли-продажи дистанционным способом, либо покупатель подает внедоговорный иск к изготовителю товара, причем требование к продавцу может быть предъявлено как со стороны покупателя, так и со стороны третьего лица, которое приобрело товар у первоначального покупателя, т.е. путем подачи внедоговорного искового требования. Указанное следует из смысла статьи 1095 ГК РФ, которая в случаях приобретения товара в потребительских целях гарантирует потребителю, жизни, здоровью или имуществу которого причинен вред вследствие недостатков товара, а также вследствие недостоверной или недостаточной информации о нем, возмещение причиненного вреда продавцом или изготовителем товара, лицом, выполнившим работу или оказавшим услугу (исполнителем), независимо от их вины и от того, состоял потерпевший с ними в договорных отношениях или нет. Получается, что, во-первых, вред может быть возмещен не только самому покупателю, но и третьему лицу, получившему на законных основаниях товар в собственность (совместное использование общего имущества супругами; лица, обладающее товаром в силу дарения и т.д.), а во-вторых, сторона, предъявляющая требования, сама выбирает, кого привлечь к ответственности: продавца или изготовителя товара. Также анализ положений означенной выше статьи ГК РФ позволяет сделать вывод о том, что в качестве потерпевших по вышеупомянутому деликту могут выступать лица, не имеющие юридических связей с покупателем, но пострадавшие от использования товара покупателем.

Законодатель устанавливает ответственность и в случае нарушения сроков доставки товара. Так, в соответствии с пунктом 23 Правил продажи товаров дистанционным способом гражданско-правовая ответственность наступает также за нарушение продавцом сроков передачи товара покупателю. Срок доставки (передачи) товара должен быть регламентирован

---

договором, а если в договоре такой срок не определен и отсутствуют возможности определить этот срок, товар должен быть передан продавцом в разумный срок. В качестве предельного временного отрезка, отведенного для выполнения указанного обязательства, Правила устанавливают 7-дневный со дня предъявления покупателем требования об исполнении принятых на себя продавцом по доставке товара обязательств, если оно не исполнено последним в разумный срок. Соответственно, когда и в этом случае продавец не исполняет свои обязательства, покупатель может требовать полного возмещения причиненных ему убытков. Само возмещение производится различными способами: это может быть денежная компенсация или исполнение обязательств в натуральном выражении, когда покупателю предоставляется вещь, идентичная неисправной.

При этом изначально не допускается включать в договор купли-продажи дистанционным способом положения, которые ограничивали бы ответственность продавца, предусмотренную гражданским законодательством и законодательством о защите прав потребителей (наоборот, только ГК РФ и может ограничить степень ответственности). Это касается нарушений любого требования, установленного ГК РФ, Законом «О защите прав потребителей» и Правилами продажи товаров дистанционным способом. Так, статьей 16 Закона установлено, что условия договора, ущемляющие права потребителя по сравнению с правилами, установленными законами или иными правовыми актами Российской Федерации в области защиты прав потребителей, признаются недействительными. При этом если у потребителя возникли убытки в результате исполнения договора, ущемляющего его права, такие убытки подлежат возмещению продавцом (изготовителем) в полном объеме. В то же время, если толковать указанную статью Закона «О защите прав потребителей» буквально, вопросы юридической ответственности в ней не охватываются.

Как представляется, ничтожными являются и вносимые в договор условия, предусматривающие ограниченную ответственность продавца в виде возмещения покупателю только части убытков, которые понес последний при покупке дистанционным способом товара ненадлежащего качества, или в случае продажи товара без указания необходимого объема информации. В этой связи считаем целесообразным предусмотреть в Правилах продажи товаров дистанционным способом как основном нормативно-правовом акте, регламентирующем порядок дистанционной купли-продажи, положение о недопустимости включения в договор условий, ущемляющих права покупателей. Для реализации указанного предложения необходимо закрепить в Правилах положение о том, что включение в договор розничной купли-продажи дистанционным способом условий, ограничивающих юридическую ответственность продавца, предусмотренную гражданским законодательством, недопустимо. Любые включенные в договор условия, ущемляющие права покупателя, должны признаваться ничтожными. Полагаем, что указанная норма внесет ясность в порядок оформления договора розничной купли-продажи дистанционным способом в части его содержания.

Более того, А.М. Гатин справедливо замечает, что ни продавец, ни покупатель не могут изменять или отменять действие положения, закрепленного в качестве императивного правила о том, что возмещение убытков и уплата неустойки не освобождают продавца от исполнения обязательства в натуре<sup>200</sup>, а также от ответственности продавца за действия своих работников, если они повлекли неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательства<sup>201</sup>. Получается, что гарантированность незыблемости «догматов права», в которых закреплены требования к публичным договорам, т.е. установленные законом императивные

---

<sup>200</sup> Гатин А.М. Гражданское право: учебное пособие. – М.: Дашков и К, 2007. С. 45.

<sup>201</sup> Гатин А.М. Указ. соч., С. 45-46.

требования, гарантируют не только права и законные интересы потребителя, но и в некоторой степени права продавца. В частности, если покупатель отказывается принять товар, который ему доставляет продавец, продавец вправе отказаться от исполнения договора. Другое дело, что в случае дистанционной продажи продавец не может требовать от продавца принять этот товар, поскольку существует период «охлаждения», предусмотренный законодательством о защите прав потребителей, позволяющий покупателю отказаться от товара в любой момент до его доставки. Иными словами, в данном случае требовать от покупателя исполнения договора в натуре не представляется возможным.

Требования к продавцу при нарушении последним законодательства о дистанционной торговле, повлекшего причинение вреда покупателю, предъявляются преимущественно в судебном порядке. Одновременно с этим, действующим законодательством предусмотрено право потребителя обращаться за защитой нарушенных прав как в суд, так и разрешить спор во внесудебном порядке, предъявив требование о защите нарушенного права непосредственно продавцу, минуя судебную инстанцию. Следует признать, что внесудебный порядок должен быть предпочтительным<sup>202</sup>. Кроме того, система защиты нарушенных прав потребителей в рамках гражданского судопроизводства пока еще далека от совершенства, а в отдельных случаях затруднена или просто невозможна по причине сознательного уклонения продавца от соблюдения закрепленных на законодательном уровне обязательных требований о защите прав потребителей, в частности, о доведении до потребителя полной и достоверной информации о продавце (а в случае с дистанционным способом продаж зачастую непросто идентифицировать и определить надлежащего ответчика по делу).

---

<sup>202</sup> Правонарушение и юридическая ответственность по российскому, зарубежному, европейскому и международному праву: история, теория и юридическая практика: материалы Всерос. науч.-практич. конф. Иваново, 29-30 сентября 2005 г. / Отв. ред. Е.Л. Поцелуев. – Иваново: Иванов. гос. ун-т, 2006. С. 313-314.

К форме гражданско-правовой ответственности за нарушение прав потребителей законодатель относит не только возмещение материальных убытков, но и компенсацию морального вреда, причиненного продавцом (изготовителем) в рамках договорных или внедоговорных отношений<sup>203</sup>. Такая компенсация как мера ответственности имеет свои особенности<sup>204</sup>, в частности, моральный вред, причиненный потребителю вследствие нарушения его прав и законных интересов продавцом (изготовителем), подлежит компенсации только при наличии вины продавца (изготовителя), компенсация морального вреда не имеет прямой связи с возмещением имущественного вреда и понесенными потребителем убытками и взыскивается с правонарушителя самостоятельно, причиненный моральный вред имеет денежное выражение, конкретный размер компенсации морального вреда определяется судом в каждом отдельном случае и не зависит от размера возмещения имущественного вреда.

Отдельного анализа заслуживает соотношение требований, устанавливаемых законодательством о защите прав потребителей и законодательством об интеллектуальной собственности.

Как отмечалось ранее, потребители, приобретающие доступ к доступа к объектам авторских или смежных прав в сети Интернет для их просмотра, прочтения или прослушивания, включая возможность скачивания файлов с такими объектами или возможность их использования в иных формах, например, путем прослушивания в «потокном режиме», часто оказываются введены в заблуждение относительно содержания соответствующих ресурсов или файлов, условий доступа к ним, качестве представленной информации, существующих ограничениях при использовании, а в ряде случаев также в

---

<sup>203</sup> См.: Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 20.12.1994 № 10 (ред. от 06.02.2007) «Некоторые вопросы применения законодательства о компенсации морального вреда» // Российская газета, № 29, 08.02.1995.

<sup>204</sup> Чернова О.А., Буряк Е.Ю. «Комментарий к Закону Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» (постатейный) // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».

отношении законности использования соответствующих объектов интеллектуальных прав.

В случае если потребитель обнаруживает, что произведения используются незаконно, он не только обязан прекратить незаконное использование, но и обладать возможностью защитить свои права как потребителя, обратившись с соответствующим иском к поставщику услуг, например, владельцу соответствующей базы данных, электронной библиотеки, «электронного кинотеатра» и т.д.

Таким образом, дистанционная торговля товарами, содержащими объекты авторских и смежных прав, и услугами по предоставлению доступа к таким объектам оказывается тесно связана как с законодательством об интеллектуальной собственности, так и с законодательством о защите прав потребителей, возникает необходимость в совместном согласованном применении соответствующих законодательных положений.

Потребитель, продолжая использование услуг, оказываемых с нарушениями требованиям законодательства об интеллектуальной собственности, может сам оказываться нарушителем таких прав. В Главе 1 была обоснована возможность изъятия у потребителя контрафактных экземпляров произведений и фонограмм и обязанность прекращения использования потребителем услуг, оказываемых с нарушением авторских и смежных прав, вытекающая для отдельных случаев как из общих требований законодательства об интеллектуальной собственности, так и из отдельных специальных положений части четвертой ГК РФ, в свою очередь, основанных на положениях международных договоров Российской Федерации в сфере авторского права и смежных прав.

Часть четвертая ГК РФ предусматривает специальные способы защиты интеллектуальных прав правообладателей, но не учитывает необходимость учета и защиты прав потребителей, при том, что такая защита, разумеется, должна осуществляться не в ущерб правообладателям. Кроме того, в

настоящее время возникает все более острая необходимость дополнения действующих норм о защите прав потребителей специальными положениями, согласованными с положениями законодательства об интеллектуальной собственности.

Учитывая сложность толкования и применения общих положений законодательства об интеллектуальной собственности представляется необходимым специально оговорить порядок действий физических лиц – потребителей при обнаружении ими фактов нарушения авторских или смежных прав в случае дистанционной торговли товарами, содержащими объекты интеллектуальных прав, например, изданиям, звуко- и видеозаписями на различных носителях, а также в случае дистанционной торговли услугами по предоставлению дистанционного доступа к охраняемым объектам, в том числе литературным произведениям, фильмам, музыке, базам данных.

В связи с тем, что потребитель обязан прекратить доступ к незаконно размещенному в сети Интернет или иным образом незаконно используемому контенту, ему должна быть обеспечена возможность применения всех предоставленных Законом Российской Федерации «О защите прав потребителей» мер в отношении лица, оказывавшего ему услуги по предоставлению доступа к такому контенту, а также возможность возмещения убытков и взыскания предусмотренных законодательством и договором штрафов, неустоек и иных компенсаций за счет владельца соответствующего сетевого ресурса. Указанные лица должны отвечать перед потребителем солидарно, по аналогии с солидарной ответственностью изготовителей и продавцов товаров, приобретаемых физическими лицами в розничной торговле не для коммерческих целей.

Данный подход при условии его системного закрепления и согласованного применения позволит значительно повысить эффективность реализации требований законодательства об интеллектуальной

собственности и законодательства о защите прав потребителей, создав предпосылки для сотрудничества между правообладателями и потребителями при борьбе с нарушителями их прав.

Юридическая ответственность является неотъемлемым и эффективным инструментом как с точки зрения восстановления нарушенных прав потребителя, так и с точки зрения исполнения установленного государством принципа неминуемости наказания для правонарушителя. Именно возможность реализации законодателем данного принципа гарантирует потребителю, вступающему в правоотношения в рамках договора купли-продажи дистанционным способом, защиту его прав и законных интересов как менее защищенной стороны в таких правоотношениях.

В связи с этим в сфере дистанционной торговли именно гражданско-правовая ответственность позволяет восстанавливать нарушенные права потребителя, компенсировать последнему причиненный действиями виновной стороны вред, причем как материальный, так и моральный, который также имеет денежное выражение. Данный вид ответственности является для покупателя наиболее оптимальным.

В тоже время требования потребителя могут быть удовлетворены продавцом добровольно, во внесудебном порядке, что не потребует привлечения продавца к гражданско-правовой ответственности в буквальном смысле этого понятия, при этом права потребителя будут также соблюдены, поэтому предлагается закрепить обязательный досудебный порядок рассмотрения претензий покупателей к продавцам, и только в случае невозможности прийти к компромиссному решению обращаться с иском потребителем в суд.



### **Выводы к Главе 3:**

1. Разработана классификация требований, предъявляемых при осуществлении дистанционной торговли, с выделением основных категорий таких требований.

2. Обоснован тезис о необходимости закрепления непосредственно в Правилах продажи товаров дистанционным способом запрета на продажу дистанционным способом табачной продукции и табачных изделий, в связи с чем в пункте 5 Правил предлагается закрепить положение о том, что не допускается продажа дистанционным способом алкогольной продукции, табачной продукции, табачных изделий и иных товаров, продажа которых несовершеннолетним запрещена, а также товаров, свободная реализация которых запрещена или ограничена законодательством Российской Федерации.

3. Обоснована необходимость регламентации срока доставки пищевых продуктов, приобретаемых дистанционным способом, с обязательным учетом окончания срока годности товара. В связи с этим Правила продажи товаров дистанционным способом предлагается дополнить положениями о том, что для скоропортящихся продуктов питания срок доставки не может превышать трех дней со дня заключения договора купли-продажи дистанционным способом при условии, что в момент доставки продуктов питания срок годности последних истекает не ранее, чем через пять дней после их получения потребителем, за исключением случаев установления более коротких сроков годности производителями таких продуктов питания. Кроме того, Правилами должно быть предусмотрено, что требования, предъявляемые законодательством Российской Федерации к обороту продуктов питания, применяются также к отношениям, возникающим при заключении договора купли-продажи дистанционным способом с учетом особенностей такого договора.

4. Доказывается необходимость признания ничтожными условий, вносимых в заключаемые дистанционным способом договоры купли-продажи товаров или возмездного оказания услуг, если такие условия предусматривают ограниченную ответственность продавца, лица, оказывающего услуги, или дистрибутора в виде возмещения покупателю, получателю услуги только части убытков, которые понес последний при приобретении дистанционным способом товара или услуги ненадлежащего качества, или в случае продажи товара или оказания услуги без предоставления необходимого объема информации.

Предлагается установить запрет включения в договоры, заключаемые дистанционным способом, условий, ущемляющих права потребителей, дополнив Правила продажи товаров дистанционным способом пунктом, предусматривающим, что не допускается включение в договор розничной купли-продажи или договор возмездного оказания услуг, заключаемые дистанционным способом, условий, ограничивающих предусмотренную законодательством Российской Федерации ответственность продавца, лица, оказывающего услуги, или дистрибутора. Любые включенные в договор условия, ущемляющие права потребителя, являются ничтожными.

5. Основным субъектом правовой защиты в сфере дистанционной торговли признается потребитель, которому противоправным поведением хозяйствующих субъектов может быть причинен вред. В этой связи в работе обосновывается вывод о преобладании в сфере дистанционной торговли гражданско-правовой ответственности, поскольку именно данный вид юридической ответственности позволяет восстанавливать нарушенные права потребителя, компенсировать последнему причиненный действиями виновной стороны вред, причем как материальный, так и моральный, который также имеет денежное выражение.

6. В работе отмечается основное отличие гражданско-правовой ответственности от административной ответственности, состоящее в наличии

субъекта-выгодоприобретателя, которым является не государство, а сам потребитель, в доход которого взыскиваются с правонарушителя денежные средства. Более того, привлечение к гражданской ответственности опосредовано инициативой потребителя, права которого нарушены и который хочет восстановить свое прежнее экономическое положение за счет виновной стороны. В отличие от гражданско-правовой ответственности административная ответственность состоит в применении уполномоченным органом или должностным лицом административного наказания к лицу, совершившему административное правонарушение с возможным осуществлением взысканий штрафов и иных санкций, но без преследования цели компенсации причиненного частным лицам морального или материального вреда.

## Заключение

Подводя итог диссертационному исследованию, посвященному проблемам правового регулирования дистанционной торговли в Российской Федерации, представляется возможным сделать следующие выводы и заключения.

Исследование правовой природы дистанционной торговли позволило прийти к выводу о том, что дистанционную торговлю можно определить как особый вид деятельности, направленный на продажу товаров и предоставление услуг потребителям для личных, бытовых целей, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности, исключающей непосредственный доступ потребителя (покупателя) для ознакомления с товаром, его образцом, а также лицом, продающим товар или оказывающим услугу, в момент оформления заказа (заключения договора), когда приобретение товара или услуги осуществляется на основании предоставленной продавцом информации, включая описания и изображения из доступных источников: каталоги, проспекты, буклеты, средства связи, информационно-телекоммуникационной сети Интернет. При этом взаимоотношения между субъектами строятся в рамках гражданско-правовых договоров, заключаемых в форме договора розничной купли-продажи и возмездного оказания услуг, имеющих публичный характер, а моментом заключения договора является акцепт оферты, направленной продавцом в адрес покупателя товара или заказчика соответствующей услуги.

Кроме того, диссертант приходит к выводу о целесообразности распространения требований гражданского законодательства и законодательства о защите прав потребителей, применяемых к дистанционной торговле, на отношения по поводу оказания дистанционных услуг и заключение дистанционным способом договора об оказании услуг, в

том числе связанных с использованием объектов авторских и смежных прав. в связи с чем предлагается авторское определение понятия «оказание (заказ) услуг дистанционным способом».

Проведенный анализ показывает, что в настоящее время ведение торговли и оказание услуг с помощью сети Интернет недостаточно урегулированы. В частности, отсутствуют необходимые специальные нормы для регулирования дистрибуции услуг по предоставлению доступа к объектам авторского права и смежных прав, в том числе размещенным на информационных ресурсах в сети Интернет.

В процессе исследования основных характеристик субъектов предпринимательской деятельности в сфере дистанционной торговли товарами и услугами, в том числе связанными с использованием объектов авторских и смежных прав, и правового статуса потребителя как участника дистанционной торговли диссертанту удалось прийти к заключению, что все участники дистанционной торговли могут быть разделены на две основные категории. Первую категорию составляют хозяйствующие субъекты (или субъекты предпринимательской деятельности), реализующие свой товар или оказывающие услуги, и потребители, приобретающие соответствующие товары или услуги, ко второй категории могут быть отнесены регулирующие органы и иные субъекты. Основной категорией при этом являются непосредственные участники товарооборота - предприниматели и потребители. К субъектам предпринимательской деятельности, осуществляющим дистанционную торговлю товарами, относятся индивидуальные предприниматели и юридические лица, правовой статус которых определяется гражданским и предпринимательским правом, включая требования к наличию правосубъектности, государственной регистрации и т.д.

В свою очередь, гражданско-правовой статус потребителя в качестве участника правоотношений в сфере дистанционной торговли

характеризуется наличием дееспособности. При этом быть участником дистанционной торговли может также являться лицо, не достигшее полной дееспособности, если речь идет о мелкой бытовой сделке, определение которой не содержится ни в гражданском законодательстве, ни в судебной практике. В этой связи сформулировано авторское определение понятия «мелкая бытовая сделка», учитывающее необходимость охвата как сделок, связанных с продажей товаров, так и сделок, связанных с оказанием услуг, в том числе по предоставлению доступа к произведениям, фонограммам и иным объектам смежных прав.

Подытоживая анализ правового статуса участников гражданского оборота в сфере дистанционной торговли, автор приходит к выводу о том, что при равноправии всех участников потребитель должен находиться под особой защитой государства как наименее защищенная сторона договорных правоотношений. Кроме того, диссертантом выявлено отсутствие правовой регламентации статуса дистрибьютора в Правилах продажи товаров дистанционным способом, в связи с чем предложено дополнить вышеуказанные Правила соответствующими положениями.

Анализ правовой природы договора купли-продажи товаров или возмездного оказания услуг, заключаемого дистанционным способом, позволил выявить следующие основные характеристики такого договора:

- 1) указанный договор является консенсуальным, поскольку в момент заключения договора не происходит обмена товар или услуги на деньги;
- 2) предметом договора являются не ограниченные в обороте и не изъяты из оборота вещи и не запрещенные законодательством услуги, приобретаемые для личных бытовых целей, не связанных с предпринимательством, за исключением товаров и услуг, реализация которых не допускается дистанционно в соответствии с законодательством Российской Федерации;

3) заключаемый с потребителем дистанционным способом договор является публичным, так как он должен быть заключен с любым лицом, которое обратится продавцу товара или к лицу, оказывающему соответствующие услуги;

4) указанный договор является договором присоединения, поскольку его условия определены продавцом или лицом, оказывающим услугу, и принимаются потребителем путем присоединения к предложенному договору в целом;

5) существенными условиями договора, заключаемого дистанционным способом, должны признаваться предмет, цена, срок, способ доставки или, соответственно, способ оказания услуги и форма оплаты (наличный или безналичный расчет).

В результате рассмотрения системы требований и ограничений, предъявляемых к дистанционной торговле, делается вывод о возможности их объединения в несколько категорий: во-первых, требования, предъявляемые к информации о товаре, услуге и продавце или лице, оказывающем услугу, предоставляемой потребителю до заключения договора, при оказании услуги и в момент доставки товара или при его передаче в случае самовывоза; во-вторых, требования, предъявляемые к качеству и безопасности товара или услуги, соблюдению законодательства Российской Федерации при продаже товара или оказании услуги; в-третьих, требования, предъявляемые к порядку исполнения договора купли-продажи или договора возмездного оказания услуг, заключаемого дистанционным способом, в том числе в процессе передачи и приема товара покупателем или получения услуги ее потребителем, а также при обеспечении гарантий, предусмотренных законодательством о защите прав потребителей.

Основным субъектом правовой защиты в сфере дистанционной торговли должен признаваться потребитель, которому противоправным поведением хозяйствующих субъектов может быть причинен вред. В этой

связи в работе обосновывается вывод о преобладании в сфере дистанционной торговли гражданско-правовой ответственности, поскольку именно данный вид юридической ответственности позволяет восстанавливать нарушенные права потребителя, компенсировать последнему причиненный действиями виновной стороны вред, причем как материальный, так и моральный, который также имеет денежное выражение, включая случаи возмещения убытков и выплаты предусмотренных законодательством о защите прав потребителей специальных компенсаций в случае продажи контрафактной продукции или оказания услуг с нарушением исключительных прав на произведения, фонограммы и объекты смежных прав третьих лиц.

В работе отмечается основное отличие гражданско-правовой ответственности от административной ответственности, состоящее в наличии субъекта-выгодоприобретателя, которым является не государство, а сам потребитель, в доход которого взыскиваются с правонарушителя денежные средства. Более того, привлечение к гражданской ответственности опосредовано инициативой потребителя, права которого нарушены и который хочет восстановить свое прежнее экономическое положение за счет виновной стороны. В работе обосновывается также необходимость применения комплексного подхода в случае продажи контрафактной продукции или оказания услуг с нарушением исключительных прав на произведения, фонограммы и объекты смежных прав третьих лиц, основанного на необходимости возмещения убытков и выплаты предусмотренных законодательством компенсаций как обладателям исключительных прав на соответствующие результаты интеллектуальной деятельности, так и потребителям, которым была продана дистанционным способом соответствующая контрафактная продукция или предоставлены услуги с нарушением авторских и (или) смежных прав третьих лиц.

По итогам проведенного исследования автором сформулированы предложения, направленные на совершенствование и развитие



законодательства, регулирующего отношения в сфере дистанционной торговли товарами и услугами, в том числе связанными с использованием произведений и объектов смежных прав, а также определения ряда терминов для применения в сфере правового регулирования дистанционной торговли.

## Список литературы

### Нормативные правовые акты

1. Конституция Российской Федерации, принята всенародным голосованием 12.12.1993 г. (с учетом поправок, внесенных Федеральными конституционными законами от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ) // Собрание законодательства Российской Федерации, 2014, № 31, ст. 4398.

2. Конвенция о правах ребенка (одобрена Генеральной Ассамблеей ООН 20.11.1989) (вступила в силу для СССР 15.09.1990) // Сборник международных договоров СССР, выпуск XLVI, 1993.

3. Бернская конвенция об охране литературных и художественных произведений от 9 сентября 1886 года (ред. от 24 июля 1971 года, с изм. 2 октября 1979 года) // Бюллетень международных договоров Российской Федерации. 2003. № 9.

4. Всемирная конвенция об авторском праве от 6 сентября 1952 года, пересмотренная в Париже 24 июля 1971 года // Бюллетень международных договоров, 2014, № 1.

5. Международная конвенция об охране интересов артистов-исполнителей, производителей фонограмм и вещательных организаций (Римская конвенция) // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».

6. Соглашение о торговых аспектах прав на интеллектуальную собственность (Соглашение ТРИПС), принятое 15.04.1994 г. в Марракеше // Собрание законодательства Российской Федерации (приложение, часть IV), С. 2818 - 2849.

7. Договор ВОИС по авторскому праву (Женева, 20 декабря 1996 года) // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».

8. Договор ВОИС по исполнениям и фонограммам (Женева, 20 декабря 1996 года) // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».

9. Пекинский договор ВОИС об аудиовизуальных исполнениях (2012 г.) // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».

10. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 29.07.2017) // Собрание законодательства Российской Федерации, 05.12.1994, № 32, ст. 3301.

11. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 28.03.2017) // Собрание законодательства Российской Федерации, 29.01.1996, № 5, ст. 410.

12. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 № 230-ФЗ (ред. от 01.07.2017) // Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, № 52 (1 ч.), ст. 5496.

13. Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации от 14.11.2002 № 138-ФЗ (ред. от 29.07.2017) // Российская газета, № 220, 20.11.2002.

14. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ (ред. от 29.07.2017) // Собрание законодательства Российской Федерации, 07.01.2002, № 1 (ч. 1), ст. 1.

15. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 № 146-ФЗ (ред. от 18.07.2017) // Собрание законодательства Российской Федерации, № 31, 03.08.1998, ст. 3824.

16. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 № 63-ФЗ (ред. от 29.07.2017) // Собрание законодательства Российской Федерации, 17.06.1996, № 25, ст. 2954.

17. Федеральный закон от 23.02.2013 № 15-ФЗ (ред. от 28.12.2016) «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака» // Собрание законодательства Российской Федерации, 25.02.2013, № 8, ст. 721.

18. Федеральный закон от 04.05.2011 № 99-ФЗ (ред. от 29.07.2017) «О лицензировании отдельных видов деятельности» // Собрание законодательства Российской Федерации, 09.05.2011, № 19, ст. 2716.

19. Федеральный закон от 06.04.2011 № 63-ФЗ (ред. от 28.06.2014) «Об электронной подписи» // Собрание законодательства Российской Федерации, 11.04.2011, № 15, ст. 2036.

20. Федеральный закон от 12.04.2010 № 61-ФЗ (ред. от 23.06.2016) «Об обращении лекарственных средств» // Собрание законодательства Российской Федерации, 19.04.2010, № 16, ст. 1815.

21. Федеральный закон от 28.12.2009 N 381-ФЗ (ред. от 29.07.2018) «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» // Собрание законодательства Российской Федерации, 2010, № 1, ст. 2.

22. Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ (ред. от 01.07.2014) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» // Собрание законодательства Российской Федерации, 30.07.2007, № 31, ст. 4006.

23. Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ (ред. от 29.07.2017) «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» // Собрание законодательства Российской Федерации, 31.07.2006, № 31 (1 ч.), ст. 3448.

24. Федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ (ред. от 29.07.2017) «О персональных данных» // Собрание законодательства Российской Федерации, 31.07.2006, № 31 (1 ч.), ст. 3451.

25. Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (ред. от 29.07.2017) // Собрание законодательства Российской Федерации, 20.03.2006, № 12, ст. 1232.

26. Федеральный закон от 07.07.2003 № 126-ФЗ «О связи» (ред. от 07.06.2017) // Российская газета, № 135, 10.07.2003.

27. Федеральный закон от 27.12.2002 № 184-ФЗ «О техническом регулировании» (ред. от 29.07.2017) // Парламентская газета, № 1-2, 05.01.2003.

28. Федеральный закон от 08.08.2001 № 129-ФЗ (ред. от 29.07.2017) «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» // Собрание законодательства Российской Федерации, 13.08.2001, № 33 (часть I), ст. 3431.

29. Федеральный закон от 26.03.1998 № 41-ФЗ (ред. от 18.07.2017) «О драгоценных металлах и драгоценных камнях» // Собрание законодательства Российской Федерации, 30.03.1998, № 13, ст. 1463.

30. Федеральный закон от 08.01.1998 № 3-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «О наркотических средствах и психотропных веществах» // Собрание законодательства Российской Федерации, 12.01.1998, № 2, ст. 219.

31. Федеральный закон от 09.01.1997 № 5-ФЗ (ред. от 28.12.2013, с изм. от 19.12.2016) «О предоставлении социальных гарантий Героям Социалистического Труда, Героям Труда Российской Федерации и полным кавалерам ордена Трудовой Славы» // Собрание законодательства Российской Федерации, 20.01.1997, № 3, ст. 349.

32. Федеральный закон от 13.12.1996 № 150-ФЗ (ред. от 29.07.2017) «Об оружии» // Собрание законодательства Российской Федерации, 16.12.1996, № 51, ст. 5681.

33. Федеральный закон от 22.11.1995 № 171-ФЗ (ред. от 29.07.2017) «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» // Собрание законодательства Российской Федерации, 27.11.1995, № 48, ст. 4553.

34. Закон Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» (ред. от 03.07.2016) // Собрание законодательства Российской Федерации, 15.01.1996, № 3, ст. 140.

35. Закон Российской Федерации от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 29.07.2017) «О средствах массовой информации» // Ведомости Совета народных депутатов и Верховного совета Российской Федерации, 13.02.1992, № 7, ст. 300.

36. Федеральный закон от 10.07.2001 № 87-ФЗ «Об ограничении курения табака» // Собрание законодательства Российской Федерации, 16.07.2001, № 29, ст. 2942. (Документ утратил силу с 1 июня 2013 года в связи с принятием Федерального закона от 23.02.2013 № 15-ФЗ).

37. Закон РСФСР от 25.12.1990 № 445-1 (ред. от 30.11.1994) «О предприятиях и предпринимательской деятельности» // Ведомости Совета народных депутатов и Верховного совета РСФСР, 27.12.1990, № 30, ст. 418. (Документ утратил силу с 1 июля 2002 года: Федеральный закон от 21.03.2002 № 31-ФЗ).

38. Постановление Правительства Российской Федерации от 31.07.2014 № 746 «Об утверждении Правил уведомления организаторами распространения информации в информационно-телекоммуникационной сети Интернет Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций о начале осуществления деятельности по обеспечению функционирования информационных систем и (или) программ для электронных вычислительных машин, предназначенных и (или) используемых для приема, передачи, доставки и (или) обработки электронных сообщений пользователей информационно-телекоммуникационной сети Интернет, а также ведения реестра указанных организаторов» // Собрание законодательства Российской Федерации, 11.08.2014, № 32, ст. 4519.

39. Постановление Правительства Российской Федерации от 31.07.2014 № 743 «Об утверждении Правил взаимодействия организаторов распространения информации в информационно-телекоммуникационной сети Интернет с уполномоченными государственными органами,

осуществляющими оперативно-розыскную деятельность или обеспечение безопасности Российской Федерации» // Собрание законодательства Российской Федерации, 11.08.2014, № 32, ст. 4516.

40. Постановление Правительства Российской Федерации от 09.02.2012 № 111 «Об электронной подписи, используемой органами исполнительной власти и органами местного самоуправления при организации электронного взаимодействия между собой, о порядке ее использования, а также об установлении требований к обеспечению совместимости средств электронной подписи» (вместе с «Правилами использования усиленной квалифицированной электронной подписи органами исполнительной власти и органами местного самоуправления при организации электронного взаимодействия между собой», «Требованиями к обеспечению совместимости средств электронной подписи при организации электронного взаимодействия органов исполнительной власти и органов местного самоуправления между собой») // Собрание законодательства Российской Федерации, 20.02.2012, № 8, ст. 1027.

41. Постановление Правительства Российской Федерации от 01.12.2009 № 982 (ред. от 26.09.2016) «Об утверждении единого перечня продукции, подлежащей обязательной сертификации, и единого перечня продукции, подтверждение соответствия которой осуществляется в форме принятия декларации о соответствии» // Собрание законодательства Российской Федерации, 14.12.2009, № 50, ст. 6096.

42. Постановление Правительства Российской Федерации от 16.03.2009 № 228 (ред. от 29.06.2017) «О Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций» (вместе с «Положением о Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций») // Собрание законодательства Российской Федерации, 23.03.2009, № 12, ст. 1431.

43. Постановление Правительства Российской Федерации от 24.02.2009 № 154 (ред. от 15.05.2017) «О Федеральной службе по регулированию алкогольного рынка» (вместе с «Положением о Федеральной службе по регулированию алкогольного рынка») // Собрание законодательства Российской Федерации, 02.03.2009, № 9, ст. 1119.

44. Постановление Правительства Российской Федерации от 27.09.2007 № 612 (ред. 04.10.2012) «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом» // Собрание законодательства Российской Федерации, 08.10.2007, № 41, ст. 4894.

45. Постановление Правительства Российской Федерации от 10.09.2007 № 575 (ред. от 03.02.2016) «Об утверждении Правил оказания телематических услуг связи» // Собрание законодательства Российской Федерации, 17.09.2007, № 38, ст. 4552.

46. Постановление Правительства Российской Федерации от 30.06.2004 № 322 (ред. от 24.01.2017) «Об утверждении Положения о Федеральной службе по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека» // Собрание законодательства Российской Федерации, 12.07.2004, № 28, ст. 2899.

47. Постановление Правительства Российской Федерации от 19.01.1998 № 55 (ред. от 23.12.2016) «Об утверждении Правил продажи отдельных видов товаров, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование покупателя о безвозмездном предоставлении ему на период ремонта или замены аналогичного товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации» // Собрание законодательства Российской Федерации, 26.01.1998, № 4, ст. 482.

48. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 23.09.2010 № 1563-р «О Концепции осуществления государственной политики



противодействия потреблению табака на 2010 - 2015 годы» (вместе с «Концепцией осуществления государственной политики противодействия потреблению табака на 2010 - 2015 годы», «Планом мероприятий по реализации концепции осуществления государственной политики противодействия потреблению табака на 2010 - 2015 годы») // Собрание законодательства Российской Федерации, 04.10.2010, № 40, ст. 5118.

49. Приказ Минпромторга России от 25.12.2014 № 2733 «Об утверждении Стратегии развития торговли в Российской Федерации на 2015 - 2016 годы и период до 2020 года» // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».

50. Приказ Минфина Российской Федерации от 16.06.2003 № 51н «О специальном учете организаций и индивидуальных предпринимателей, осуществляющих операции с драгоценными металлами и драгоценными камнями» (Зарегистрировано в Минюсте Российской Федерации 10.07.2003 № 4883) // Бюллетень нормативных актов федеральных органов исполнительной власти, № 47, 24.11.2003 (утратил силу в связи с изданием Приказа Минфина России от 01.02.2016 г. № 5н, утвердившего формы документов, необходимых для специального учета. Постановлением Правительства Российской Федерации от 01.10.2015 г. № 1052 утверждены Правила ведения специального учета).

51. Письмо Росалкогольрегулирования от 30.04.2013 № 8977/03-04 «О направлении ответов на часто задаваемые вопросы, касающиеся регулирования розничной продажи алкогольной продукции» // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».

52. Письмо Роспотребнадзора от 12.10.2007 № 0100/10281-07-32 «О контроле за соблюдением Правил продажи товаров дистанционным способом» // Документы и комментарии, № 22, 12.11.2007.

53. Письмо Роспотребнадзора от 08.04.2005 № 0100/2569-05-32 «О пресечении правонарушений при дистанционном способе продажи товара» // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».

54. Постановление Главного государственного санитарного врача Российской Федерации от 20.05.2009 № 36 «О надзоре за биологически активными добавками к пище (БАД)» (Зарегистрировано в Минюсте Российской Федерации 10.07.2009 № 14312) // Российская газета, № 143, 05.08.2009.

55. Постановление Главного государственного санитарного врача Российской Федерации от 17.04.2003 № 50 «О введении в действие санитарно-эпидемиологических правил и нормативов СанПин 2.3.2.1290-03» (вместе с «Санитарно-эпидемиологическими правилами и нормативами «Гигиенические требования к организации производства и оборота биологически активных добавок к пище (БАД). СанПин 2.3.2.1290-03», утв. Главным государственным санитарным врачом Российской Федерации 17.04.2003) // Российская газета, № 108, 05.06.2003.

56. ГОСТ Р 51303-2013. Национальный стандарт Российской Федерации. Торговля. Термины и определения (утв. Приказом Росстандарта от 28.08.2013 № 582-ст). По материалам сайта <http://protect.gost.ru>

57. Модельный закон об электронной торговле (Принят в г. Санкт-Петербурге 25.11.2008 Постановлением 31-12 на 31-ом пленарном заседании Межпарламентской Ассамблеи государств-участников СНГ) // Информационный бюллетень. Межпарламентская Ассамблея государств-участников Содружества Независимых Государств. 2009. № 43. С. 268 - 293.

58. Проект Федерального закона «Об электронной торговле», внесенный в Государственную думу 8 февраля 2005 года депутатами В.Я. Комиссаровым, К.В. Ветровым, А.Н. Хайрулиным // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».

59. Директива № 2011/83/ЕС Европейского парламента и Совета Европейского Союза «О правах потребителей, изменяющая Директиву 93/13/ЕЭС Совета ЕС и Директиву 1999/44/ЕС Европейского парламента и Совета ЕС и отменяющая Директиву 85/577/ЕЭС Совета ЕС и Директиву 97/7/ЕС Европейского парламента и Совета ЕС» // <http://eur-lex.europa.eu/>

60. Директива № 2002/65/ЕС Европейского парламента и Совета Европейского Союза «О дистанционном маркетинге потребительских финансовых услуг и о внесении изменений в Директиву Совета № 90/619/ЕЭС и Директивы № 97/7/ЕС и 98/27/ЕС» (Принята в г. Брюсселе 23.09.2002, с изм. и доп. от 13.11.2007) // <http://eur-lex.europa.eu/>

61. Директива 2000/31/ЕС Европейского парламента и Совета Европейского Союза «О некоторых правовых аспектах информационных услуг на внутреннем рынке, в частности, об электронной коммерции (Директива об электронной коммерции)» (Вместе с «Исключениями из статьи 3») (Принята в г. Люксембурге 08.06.2000) // <http://eur-lex.europa.eu/>

62. Директива № 97/7/ЕС Европейского парламента и Совета Европейского Союза «О защите потребителей по договорам, заключаемым дистанционным способом» (Принята в г. Брюсселе 20.05.1997, с изм. и доп. от 13.11.2007) // <http://eur-lex.europa.eu/>

### **Судебная практика**

1. Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 28.06.2012 № 17 «О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей» // Бюллетень Верховного Суда Российской Федерации, № 9, сентябрь, 2012.

2. Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации, Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 26 марта 2009 г. № 5/29 «О некоторых вопросах, возникших в связи с введением в действие части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» // Бюллетень Верховного Суда Российской Федерации, 2009, № 6.

3. Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 26 апреля 2007 г. № 14 «О практике рассмотрения судами уголовных дел о нарушении авторских, смежных, изобретательских и патентных прав, а также о незаконном использовании товарного знака» // Бюллетень Верховного Суда Российской Федерации, 2007, № 7.

4. Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 19 июня 2006 г. № 15 «О вопросах, возникших у судов при рассмотрении гражданских дел, связанных с применением законодательства об авторском праве и смежных правах» // Бюллетень Верховного Суда Российской Федерации, 2006, № 8.

5. Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации № 6, Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации № 8 от 01.07.1996 «О некоторых вопросах, связанных с применением части первой Гражданского кодекса Российской Федерации» // Вестник Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации, № 9, 1996.

6. Обзор судебной практики по делам, связанным с разрешением споров о защите интеллектуальных прав, утвержденный Президиумом Верховного Суда Российской Федерации 23 сентября 2015 г. // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».

7. Информационное письмо Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 13 декабря 2007 г. № 122 «Обзор практики рассмотрения арбитражными судами дел, связанных с применением законодательства об интеллектуальной собственности» // Вестник Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации, 2008, № 2.

8. Информационное письмо Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 14.07.1997 № 17 «Обзор практики применения арбитражными судами статьи 333 Гражданского кодекса Российской Федерации» // Вестник Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации, № 9, 1997.

9. Постановление Арбитражного суда кассационной инстанции от 26 октября 2005 года Дело № Ф03-А24/05-2/3324 // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».

10. Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 20.12.1994 № 10 (ред. от 06.02.2007) «Некоторые вопросы применения законодательства о компенсации морального вреда» // Российская газета, № 29, 08.02.1995.

11. Решение Верховного Суда Российской Федерации от 04.10.2011 № ГКПИ11-994 «Об отказе в удовлетворении заявления о признании частично недействующими пунктов 5, 20 Правил продажи товаров дистанционным способом, утв. Постановлением Правительства Российской Федерации от 27.09.2007 № 612» // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».

12. Апелляционное определение Московского городского суда от 18.12.2013 по делу № 11-40014 // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».

13. Апелляционное определение Московского городского суда от 12.04.2012 по делу № 11-4108 // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».

14. Решение Арбитражного суда Свердловской области от 24.02.2011 по делу № А60-2511/2011 // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».

15. Постановление № 6/8 Пленума Верховного Суда Российской Федерации и Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 1 июля 1996 года «О некоторых вопросах, связанных с применением части первой Гражданского кодекса Российской Федерации // Вестник Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации. 1996. № 9. С 5-20.

16. Апелляционное определение Московского городского суда от 12.04.2012 по делу № 11-4108 // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».

17. Постановление ФАС Московского округа от 29.12.2007 № КА-А40/13435-07 по делу № А40-21223/07-144-81 // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».

18. Постановление ФАС Уральского округа от 04.06.2009 № Ф09-3552/09-С2 по делу № А47-6067/2008АК-29 // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».

19. Решение Арбитражного суда г. Москвы от 28.06.2007 по делу № А40-21223/07-144-81 // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».

#### **Научная и специальная литература**

1. Абросимова Е.А. Соотношение публичных и частных интересов в коммерческом законодательстве об организации торгового оборота // Закон. 2013. № 10. С. 165-171.

2. Административное право: в 10 Т. Т. 2: Административные правоотношения / Е.Б. Лупарев. – М.: Издательство НИ «Евразийская академия административных наук», 2013. – 229 с.

3. Айман Т.О. Защита прав потребителей. – 4-е изд. – М.: РИОР, 2007. – 97 с.

4. Актуальные проблемы гражданского права: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Юриспруденция»/под ред. Н.М. Коршунова, Ю.Н. Андреева, Н.Д. Эриашвили. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА: Закон и право, 2012. – 543 с.

5. Актуальные проблемы права (II): материалы междунар. науч. конф. (г. Москва, октябрь 2013 г.). – М.: Буки-Веди, 2013. IV. – 94 с.

6. Александров Н.Г. Право и законность в период развернутого строительства коммунизма. – М.: Госюриздат, 1961. – 271 с.

7. Алехин А.П., Кармолицкий А.А. Административное право России: Учебник. – М.: Издательство «Зерцало», 2007. – 686 с.

8. Анфиногенов В.Б., Кабанова В.Ф. Основы электронной коммерции: учеб. пособие/В.Б. Анфиногенов, В.Ф. Кабанов. – Саратов: Изд-во Сарат. ин-та РГТЭУ, 2013. – 169 с.

9. Архипов В.В., Килинкарлова Е.В., Мелашенко Н.В. Проблемы правового регулирования оборота товаров в сети Интернет: от дистанционной торговли до виртуальной собственности // Закон. 2014. № 6. С. 120-143.

10. Баев А.А. Правовое регулирование услуг розничной купли-продажи. Актуальные проблемы применения права: материалы межвузовской научно-практической конференции. - М.: Экон-Информ, 2010. – 199 с.

11. Баженов Ю.К. Розничная торговля в России: Монография. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 239 с.

12. Банковское законодательство: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления, специальности «Юриспруденция»/под ред. Н.Д. Эриашвили. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 423 с.

13. Белова О.А. Договор дистанционной розничной купли-продажи: монография. – Волгоград: Издательство Волгоградского института экономики, социологии и права, 2011. – 170 с.

14. Белова О.А. Правовая природа договора дистанционной розничной купли-продажи: диссертация кандидата юридических наук: 12.00.03. Волгоград, 2010. – 193 с.

15. Бентли Л., Шерман Б. Право интеллектуальной собственности: авторское право / Пер. с англ. В.Л. Вольфсона. – С.-Петербург: Издательство «Юридический центр Пресс», 2004. – 535 с.

16. Беспалов Ю.Ф., Якушев П.А. Гражданское право. Особенная часть: Учебное пособие. – М.: Ось-89, 2007. – 558 с.
17. Блинец И.А., Леонтьев К.Б. Авторское право и смежные права. – М.: Проспект, 2015. – 456 с.
18. Блинец И.А., Леонтьев К.Б. Внедрение свободных лицензий: правовая или организационная проблема? // Копирайт: Вестник Российской государственной академии интеллектуальной собственности и Российского авторского общества. – М., 2011, № 2. – С. 61-69.
19. Блинов А. Продажа товара дистанционным способом // Новая бухгалтерия. – 2008. – Вып. 1 (январь). С. 4.
20. Болдырев Ю. Н. Права и обязанности потребителей // Торговый эксперт. - 2008. № 2. С. 146.
21. Брагин Л.А., Иванов Г.Г., Стукалова И.Б. Розничная торговля: современные тенденции и перспективы развития. – М.: ГОУ ВПО «РЭА им. Плеханова Г.В.», 2009. – 236 с.
22. Брагинский М.И., Витрянский В.В. Договорное право: договоры о передаче имущества: в 5-ти кн. Кн. 2. – М.: Статут, 2011. – 780 с.
23. Брагинский М.И., Витрянский В.В. Договорное право: Общие положения. М., 1997. – 1055 с.
24. Братусь С.Н. О роли советского права в развитии производственных отношений. – М., 1954. – 24 с.
25. Братусь С.Н. Советское гражданское право. Москва, 1950. – 679 с.
26. Братусь С.Н. Юридическая ответственность и законность. – М., 1976. – 215 с.
27. Бугаенко Н.В., Кратенко М.В. Судебная практика по гражданским делам. Споры о защите прав потребителей: научно-практическое пособие. М.: Юстицинформ, 2013. – 392 с.
28. Бычко М.А. Право потребителей на просвещение: итоги и перспективы // Ленинградский юридический журнал. 2013. № 2. С. 119-124.



29. Васильчикова М.В. Как потребителю защитить свои интересы: рекомендации и примеры. – Москва: Омега-Л, 2007. – 207 с.
30. Васильчикова М.В. Как потребителю защитить свои интересы: рекомендации и примеры. – Москва: Омега-Л, 2007. – 207 с.
31. Венгеров А.Б. Теория государства и права: учеб. [для юрид. вузов] / А.Б. Венгеров. – 10-е изд. стер. – М.: Издательство «Омега-Л», 2014. – 607 с.
32. Вестник защиты прав потребителей: обобщение судебной практики по защите прав потребителей в Свердловской области. – М.: МАКС Пресс, 2005. – Специальный выпуск. – 76 с.
33. Витрянский В.В. Договор купли продажи и его отдельные виды. М., Статут. 1999. С.94; Зверева Е.А. Ответственность предпринимателя за нарушение условий договора // Право и экономика. 1997. №.3. С.7.
34. Витушко В.А. Курс гражданского права. Общая часть. – Минск, 2001. – 414 с.
35. Власов А.А. Гражданское право. Особенная часть. Курс лекций. М.: Изд-во СГУ, 2008. – 456 с.
36. Власов В.И. Теория государства и права: учебное пособие / В.И. Власов, Г.Б. Власова, С.В. Денисенко. – изд. 3-е, перераб. и доп. – Ростов н/Д: Феникс, 2014. – 332 с.
37. Внуков Н.А. Гражданско-правовое регулирование договорных отношений с участием граждан-потребителей: Монография /Н.А. Внуков. – Орел: Издательство ОРАГС. 2011. – 400 с.
38. Габричидзе Б.Н., Чернявский А.Г. Юридическая ответственность: Учебное пособие. – М.: Альфа-М, 2005. – 685 с.
39. Гаврилов Э.П. Право интеллектуальной собственности. Авторское право и смежные права. XXI век. – М.: Юрсервитум, 2016. – 876 с.
40. Гаврилов Э.П. Право интеллектуальной собственности. Краткий курс. – М.: Издательство «Юрсервитум», 2016. – 144 с.

41. Гаврилов Э.П., Еременко В.И. Комментарий к части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации (постатейный) // Справочная правовая система «Консультант Плюс».

42. Гатин А.М. Гражданское право: учебное пособие. – М.: Дашков и К, 2007. – 384 с.

43. Герчикова И.Н. Менеджмент: учебник. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Банки и биржи; ЮНИТИ, 1995. – 480 с.

44. Глушакова Т.И. Проблемы правового регулирования электронной коммерции/ Осуществление и защита прав граждан в современном обществе: материалы II Всерос. науч.-практ. конф. молодых ученых, аспирантов, соискателей и студентов/отв. ред. О.Н. Князева. – Омск: Изд-во АНО ВПО «Омский экономический институт», 2013. – 152 с.

45. Гогин А.А. Правонарушения: понятие, виды. – М.: NOTA BENE, 2007. – 178 с.

46. Гомбаров Ю.С. Гражданское право. Часть особенная. Вещное право. Москва, 1895. – 487 с.

47. Гордон В.М. Гражданское право и закон. Казань. 1916. – 8 с.

48. Гражданское право (Особенная часть): курс лекций/под ред. Е.Г. Бельковой. – Иркутск: Издательство БГУЭП, 2005. – 281 с.

49. Гражданское право Германии: Хрестоматия избранных произведений Франца Бернхейфта и Йозефа Колера / Сост. Р.С. Куракин, Е.В. Семенова; [Пер. с нем. проф. В.М. Нечаева]. – М.: РИОР: ИНФРА-М, 2014. – 320 с.

50. Гражданское право: в 4 т. Т. 3: Обязательственное право: учебник / под ред. Е.А. Суханова. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Волтерс Клувер, 2008. – 766 с.

51. Гражданское право: учебник / С.С. Алексеев, Б.М. Гонгало, Д.В. Мурзин (и др.); под общ. ред. С.С. Алексеева. – М.: ТК Велби; Екатеринбург: Институт частного права, 2006. – 480 с.

52. Гражданское право. Т. 1: Учебник / Отв. ред. Е.А. Суханов. – М.: БЕК, 1998. – 816 с.
53. Гражданское право. Учебник. Часть I. Издание второе, переработанное и дополненное. / Под ред. А.П. Сергеева, Ю.К. Толстого. – М.: «ПРОСПЕКТ», 1997. – 600 с.
54. Гражданское право/под ред. С.С. Алексеева. – М.: Норма, 2009. – 432 с.
55. Грибанов В.П. Осуществление и защита гражданских прав. – М., 2000. – 410 с.
56. Гусятникова Д.Е. 10 основных ситуаций защиты прав потребителей при покупке товаров. М.: Омега-Л, 2008. – 127 с.
57. Гуцин В.В., Дмитриев Ю.А. Российское предпринимательское право. М., 2005. – 735 с.
58. Дмитрик Н.А. Способы осуществления субъективных гражданских прав и исполнения обязанностей с использованием сети Интернет: диссертация кандидата юридических наук: 12.00.03. Москва, 2007. – 213 с.
59. Дозорцев В.А. Интеллектуальные права: Понятие. Система. Задачи кодификации / Исследовательский центр частного права при Президенте Российской Федерации. — М.: Статут, 2005. – 416 с.
60. Дубровин Ю.Д., Любимов А.П. Философия права: учебное пособие / Институт экономики, управления и права Московского государственного университета культуры и искусств. – Москва: МГУКИ, 2014. – 156 с.
61. Дювернуа Н.Л. Чтения по гражданскому праву: В 2 т. М., 2004. Т. 1. – 320 с.
62. Зайцева Н.В. Защита прав потребителей по договору розничной купли-продажи: курс лекций / Н.В. Зайцева, Т.В. Дерюгина. – Волгоград: Издательство ВИЭСП, 2008. – 168 с.
63. Зайченко И.М. Дистанционная торговля как один из способов реализации стратегии развития бизнеса / Экономические реформы в России.

Тенденции и перспективы: Сборник научных трудов. – СПб.: Издательство Политехнического университета, 2012. – 340 с.

64. Зак А.Ю. Защита прав потребителей при осуществлении специальной коммерческой практики в России и ЕС // Право и политика. 2010. № 7. С. 127-128.

65. Заморенова Н. Административная реформа и защита прав потребителей. Вестник защиты прав потребителей, 2004. № 1(13). С. 23-25.

66. Защита прав потребителей: судебная практика, административное регулирование. – М.: ИНФРА-М, 2006. Торговля и общественное питание: Выпуск 7. С. 25.

67. Звоненко Д.П., Малумов А.Ю., Малумов Г.Ю. Административное право: учебник. ЗАО Юстицинформ, 2007 // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».

68. Зенин И.А. Гражданское право: учебник для вузов. – М.: Высшее образование, 2007. – 567 с.

69. Зименкова О.Н. Законодательство Европейского экономического сообщества о защите прав потребителей. М., 1994. – 48 с.

70. Илюшина М.Н., Челышев М.Ю., Ситдикова Р.И. Коммерческие сделки: теория и практика. Учебно-практическое пособие / Под ред. М.Н. Илюшиной. - М.: РПА МЮ РФ, 2005. – 266 с.

71. Иоффе О.С. Избранные труды по гражданскому праву: Из истории цивилистической мысли. Гражданское правоотношение. Критика теории «хозяйственного права». 3-е изд., испр. – М.: Статут, 2009. – 782 с.

72. Иоффе О.С. Обязательственное право. М., 1975. – 880 с.

73. Иоффе О.С. Советское гражданское право: курс лекций. Общая часть: право собственности. – Л.: ЛГУ, 1958. – 511 с.

74. Казанцев М.Ф. Концепция гражданско-правового договорного регулирования: диссертация доктора юридических наук. Екатеринбург, 2008. – 333 с.

75. Калинина Л.Е. Юрико-экономические основы предпринимательской деятельности малого бизнеса в торговле. Право и экономика, 2013. № 8. С. 15-18.

76. Канунникова Н. Г. Ответственность юридических лиц за административное правонарушение: Учебное пособие. – Краснодар: Краснодарский университет МВД России, 2006. – 68 с.

77. Кирюшина И.В. Правовой статус потребителя и его реализация в гражданском праве: диссертация кандидата юридических наук, Барнаул, 2004. – 251 с.

78. Комментарий к Гражданскому кодексу Российской Федерации (постатейный). Часть четвертая / Э.П. Гаврилов, О.А. Городов, С.П. Гришаев и др. – М.: Проспект, 2009. – 800 с.

79. Комментарий к Гражданскому кодексу Российской Федерации части четвертой (постатейный) / В.О. Калятин, О.М. Козырь, А.Д. Корчагин и др. / Отв. ред. Л.А. Трахтенгерц. - М., 2009. - 812 с.

80. Комментарий к Гражданскому кодексу Российской Федерации, части первой (постатейный) / Под ред. О.Н. Садикова. М.: ИНФРА-М, 2005. – 907 с.

81. Комментарий к Закону Российской Федерации «О защите прав потребителей»/ Под общей ред. М.Ю. Чельшева. – М., 2003. – 255 с.

82. Комментарий к Постановлению Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 29.09.1994 № 7 «О практике рассмотрения судами дел о защите прав потребителей» (автор - Г.В. Манохина) // Комментарий к постановлениям Пленума Верховного Суда Российской Федерации по гражданским делам / Под ред. В.М. Жуйкова. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Норма, 2008 // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».

83. Комментарий к части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации (поглавный) / Под ред. А.Л. Маковского. – М.: Статут, 2008. – 715 с.

84. Кондрин И. Проблема «абсолютной несовместимости авторского права и онлайн-среды» // Интеллектуальная собственность. Авторское право и смежные права. - М., 2010, № 5. - С. 13-24.

85. Корень А.В. Налогообложение субъектов электронной коммерции: проблемы и перспективы: монография. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2011. – 176 с.

86. Коршунов Н.М., Товмасын А.Р. Возмещение вреда, причиненного вследствие недостатков товаров, работ и услуг. – Н. Новгород, 1998. – 40 с.

87. Корягин А.Е., Соколова И.Е. Права потребителей: инструкция по применению от Объединения потребителей России. М.: Библиотечка Российской газеты, 2013. Вып. 2. – 192 с.

88. Костюк И.В. Гражданско-правовое регулирование электронной торговли: диссертация кандидата юридических наук: 12.00.03. Казань, 2007. – 213 с.

89. Кузьменко А.С. Договор розничной купли-продажи в сфере дистанционной торговли: диссертация кандидата юридических наук: 12.00.03. М., 2010. – 194 с.

90. Левашов С. Виртуальные сделки – реальные права. // ЭЖ-Юрист. – 2005. - № 40. С. 44.

91. Левшина Т.Д. Договор розничной купли-продажи // Законодательство и экономика. – 1997. - № 7-8. С. 29.

92. Липинский Д.А. Юридическая ответственность: Монография/Под ред. Р.Л. Хачатурова. – Тольятти: Волжский университет им. В.Н. Татищева, 2002. – 400 с.

93. Мазурык К.З. Механизм реализации закона/Право: теория и практика, 2013. № 1-2. С. 30

94. Макаров Д.А. Хозяйственное (предпринимательское) право: учеб. пособие/ Д.А. Макаров. – СПб.: ЛГУ им. Пушкина, 2013. – 380 с.

95. Макарова Е.В. Проблемы правового регулирования использования интернета в предпринимательской деятельности: диссертация кандидата юридических наук: 12.00.03. Москва, 2007. – 150 с.

96. Малахов С.В. Гражданско-правовое регулирование отношений в глобальной компьютерной сети Интернет: диссертация кандидата юридических наук: 12.00.03. Москва, 2001. – 173 с.

97. Малеин Н.С. Правонарушение: Понятие, причины, ответственность. – М., 1985. – 192 с.

98. Манохина Г.В. Настольная книга судьи по гражданским делам // под ред. Н.К. Толчеева. – М.: Проспект, 2006. – 506 с.

99. Масякин А.Н. Традиции защиты прав потребителя в обеспечении качества товара // Вестник ТГУ. 2007. Вып. 10 (54). С. 226.

100. Матвеев И.В. Правовая природа недействительных сделок. – М., 2002. – 169 с.

101. Матузов Н.И. Субъективные права граждан СССР. Саратов, 1966. – 190 с.

102. Махонина Л. У виртуального продавца виртуальное качество // ЭЖ-Юрист. 2011. № 46. С. 13.

103. Миненкова Н.В. Международно-правовое и национально-правовое регулирование электронной торговли: диссертация кандидата юридических наук: 12.00.03. Москва, 2008. – 225 с.

104. Михайликов В.Л. Гражданско-правовой статус индивидуального предпринимателя: научно-практическое пособие / В.Л. Михайликов; Н.Н. Надежин. – Белгород: БелЮИ МВД России, 2008. – 120 с.

105. Мясин Е. Не мой сайт, не моя оферта. Юрист спешит на помощь, № 2, 2014. С. 62-65.

106. Научно-практический комментарий к Гражданскому кодексу Российской Федерации, части первой (постатейный) / Под ред. П.В. Мозолина, М.Н. Малеиной. М.: НОРМА, 2004. – 848 с.

107. Невзоров И.В. Проблемы регулирования предпринимательской деятельности, осуществляемой с использованием Интернет: диссертация кандидата юридических наук: 12.00.03. Санкт-Петербург, 2009. – 199 с.

108. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. – М.: Азъ, 1992. – 907 с.

109. Орешина О. Особенности дистанционного способа продаж товаров/Реклама и право. – 2008. №1. С. 45.

110. Палеев Р.Н. Правовой статус субъектов предпринимательской деятельности // История государства и права. 2012. № 10. С. 32-35.

111. Паперно Е.Л. Правовое регулирование электронной торговли в России, Германии и США: диссертация кандидата юридических наук: 12.00.03. Москва, 2006. – 167 с.

112. Патюлин В.А. Государство и личность в СССР. М., 1974. – 246 с.

113. Пелих А.С. Основы предпринимательства / под ред. А.С. Пелиха. – Ростов н/Д.: Экспертное бюро, М.: Гардарики, 1996. – 179 с.

114. Пиляева В.В. Гражданское и торговое право зарубежных стран: учеб. пособие. – Москва: 2013. – 144 с.

115. Пиляева В.В. Гражданское право в вопросах и ответах: учебное пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ТК Велби, 2004. – 304 с.

116. Пластинина Н.В. Дистанционные покупки. Защита прав потребителей. 2009 // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».

117. Платошкин Н.А. Торговля на потребительском рынке: административная ответственность и налогообложение. – М.: Издательство «Спутник+», 2011. – 118 с.

118. Право и информатизация общества. Сб. науч. тр./ Отв. ред. Бачило И.Л. – М., 2002. – 338 с.

119. Постатейный комментарий к Бернской конвенции об охране литературных и художественных произведений / Под ред. И.А. Близнаца //



Интеллектуальная собственность. Документы и комментарии. 2004. № 6. С. 2-92.

120. Право интеллектуальной собственности / Под ред. И.А. Близнеца. – 2-ое изд. – М.: Проспект, 2015. – 896 с.

121. Право интеллектуальной собственности. Т. 1. Общие положения: Учебник / Под общ. ред. д.ю.н., проф. Л.А. Новоселовой. - М.: Статут, 2017.

122. Правонарушение и юридическая ответственность по российскому, зарубежному, европейскому и международному праву: история, теория и юридическая практика: материалы Всерос. науч.-практич. конф. Иваново, 29-30 сентября 2005 г. / Отв. ред. Е.Л. Поцелуев. – Иваново: Иванов. гос. ун-т, 2006. – 401 с.

123. Предпринимательское право Российской Федерации: учебник / под ред. Е.П. Губина, П.Г. Лахно (автор главы – Д.И. Дедов). 2-е изд. М., 2010. – 688 с.

124. Предпринимательское право: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Юриспруденция»/ под ред. А.В. Баркова, Н.Д. Эриашвили, Ю.С. Харитоновой – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014. – 535 с.

125. Пугинский Б.И. Гражданско-правовые средства в хозяйственных отношениях. – М., 1984. – 224 с.

126. Пузыревский С.А. Интервью: Профилактика и ремонт «двигателя торговли» // ЭЖ-Юрист, 2007, № 44 // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».

127. Пшеницын О. Табачок с Россией врозь // ЭЖ-Юрист. 2013. № 8. С. 2.

128. Пятин С.Ю. Гражданское и торговое право зарубежных стран. М.: Дашков и К, 2008. – 260 с.

129. Региональные аспекты защиты прав потребителей: материалы науч.-практ. конф. (г. Белгород, 15 марта 2012 г.). – Белгород: ИД «Белгород», 2013. – 156 с.

130. Рекомендации VIII Ежегодных научных чтений, посвященных памяти профессора С.Н. Братуся «Юридическая ответственность: современные вызовы и решения» // Журнал российского права. 2014. № 1. С. 52-58.

131. Романенко Д.И. Защита прав потребителей при совершении сделок в сети Интернет/Региональные аспекты защиты прав потребителей: материалы научно-практической конференции (г. Белгород, 15 марта 2012 г.). – Белгород: ИД «Белгород», 2013. – 133 с.

132. Российское предпринимательское право: учебник / Л.В. Андреева, Т.А. Андропова, Н.Г. Аapresова [и др.]; отв. ред. И.В. Ершова, Г.Д. Отнюкова. – 4-е изд. – Москва: Проспект, 2012. – 816 с.

133. Российское предпринимательское право: Учебник / Под ред. В.А. Хохлова. – 2-е изд. – М.: РИОР: ИНФРА-М, 2014. – 453 с.

134. Рубинштейн Б.М. Советское хозяйственное и гражданское право. М. 1936. – 302 с.

135. Рузакова О.А. Право интеллектуальной собственности. - М.: Московская финансово-промышленная академия, 2004. – 308 с.

136. Рыков А.Ю. Гражданско-правовое регулирование сделок в глобальной компьютерной сети Интернет: диссертация кандидата юридических наук: 12.00.03. Москва, 2009. – 208 с.

137. Савельев А.И. Электронная коммерция в России и за рубежом: правовое регулирование. М.: Статут, 2014. – 543 с.

138. Салиев И.Р. Гражданско-правовое регулирование электронной торговли в России: современная правовая модель: диссертация кандидата юридических наук: 12.00.03. Санкт-Петербург, 2013. – 198 с.

139. Свинцова Е.Ю. Защита прав потребителей в сфере рекламной деятельности в Российской Федерации: диссертация кандидата юридических наук: 12.00.03. Москва, 2005. – 231 с.

140. Семенихин В.В. Торговля: торговля через интернет-магазин // Налоги. 2011. № 32. С. 7-12.

141. Сергеев А.П. Право интеллектуальной собственности в Российской Федерации. - М.: Проспект, ТК Велби, 2007. - 752 с.

142. Ситдикова Р.И. Влияние некоторых характеристик результатов интеллектуальной деятельности на формирование механизма их правовой охраны // Интеллектуальная собственность. Авторское право и смежные права. 2015. № 11. С. 37-45.

143. Ситдикова Р.И. К вопросу о понятии «интеллектуальная собственность» в свете нового законодательства об охране результатов интеллектуальной деятельности / Ученые записки Казанского государственного университета. Гуманитарные науки. 2007. Том 149. Кн. 6. С. 122-130.

144. Ситдикова Р.И. Обеспечение частных, общественных и публичных интересов авторским правом: монография. – М.: Статут, 2013. – 159 с.

145. Скворцова Т.А., Смоленский М.Б. Предпринимательское право: учебное пособие / под ред. Т.А. Скворцовой. М.: Юстицинформ, 2014. – 402 с.

146. Советское гражданское право/под общ. ред. Я.Ф. Миколенко. М. 1940. – 320 с.

147. Современная торговля: вопросы конкурентоспособности и социальной политики: монография / под общ. ред. д.э.н., проф. С.Л. Орлова. – М.: ИД «ФОРУМ» Ю 2014. – 192 с.

148. Степанюк А.В. Защита прав потребителей при продаже товаров дистанционным способом / Региональные аспекты защиты прав потребителей: материалы науч.-практ. конф. (г. Белгород, 15 марта 2012 г.). – Белгород: ИД «Белгород», 2013. – 156 с.

149. Строгонович М.С. Избранные труды. Т. 1. Проблемы общей теории права. М., 1990. – 304 с.

150. Сугробов Д.В. Правовое регулирование обращения биологически активных добавок на потребительском рынке России: диссертация кандидата юридических наук: 12.00.03. Москва, 2008. – 190 с.

151. Сутягин А.В. Административные нарушения в торговле / А.В. Сутягин. – М.: ГроссМедиа: РОСБУХ, 2008. – 96 с.

152. Суханов Е.А. Проблемы реформирования Гражданского кодекса России: избранные труды 2008-2012 гг. - М.: Статут, 2013. - 494 с.

153. Телицин С.Ю. Гражданско-правовой статус предпринимателя: монография. – М.: Юрлитинформ, 2013. – 168 с.

154. Теория государства и права: Курс лекций/под ред. Н.И. Матузова и А.В. Малько. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрист, 2003. – 776 с.

155. Терешко Ю. Украшения через Интернет // Юридическая газета. 2011. № 12. С. 7.

156. Тиме Я. Дистанционная торговля/Ян Тиме; пер. с нем. Л.А. Болховитиной; науч. ред. А.В. Иванов. – М.: Вершина, 2006. – 376 с.

157. Тотьев К.Ю. Предпринимательское право. Публично-правовой статус предпринимателя. Учебное пособие. – М.: ООО «Профобразование», 2003. – 280 с.

158. Тычинин С.В. Проблема баланса интересов в отношениях по защите прав потребителей // Региональные аспекты защиты прав потребителей: материалы научно-практической конференции (г. Белгород, 15 марта 2012 г.). – Белгород: ИД «Белгород», 2013. – 156 с.

159. Халфина Р.О. Общее учение о правоотношении. М., 1974. – 351 с.

160. Хохлова Г. Принудительность как признак гражданско-правовой ответственности // Хозяйство и право. 2003. № 1. С. 102-106.

161. Хрестоматия по предпринимательскому и коммерческому праву.: Общие положения. Правовой статус индивидуального предпринимателя / Составление, предоставление и комментарий К.К. Лебедева. – СПб.: 2001. – 580 с.

162. Чебоньян Т.Г. Договор розничной купли-продажи: вопросы применения судами отдельных положений гражданского законодательства. Актуальные проблемы права (II): материалы международной научной конференции (г. Москва, октябрь 2013 г.). – М.: Буки-Веди, 2013. – iv, 94 с.

163. Чернова О.А., Буряк Е.Ю. Комментарий к Закону Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» (постатейный). 2014 // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».

164. Шабуров А.С. Юридическая ответственность. Теория государства и права / Под ред. В.М. Корельского, В.Д. Перевалова. М., 1997. – 616 с.

165. Шандра М.Ю. Правовое положение интернет-аптек на рынке лекарственных средств. Закон и право, № 2, 2013. С. 58-61.

166. Шелихов В.В., Громова О.О. Дистанционная торговля в России: история, развитие, статистика/В.В. Шелихов, О.О. Громова. – М.: Издательство Амалданин, 2011. – 112 с.

167. Шершеневич Г.Ф. Учебник русского гражданского права. Десятое издание. Москва, Издание Бр. Башмаковых. 1912. – 952 с.; М.: СПАРК, 1995. – 556 с.

168. Шершеневич Г.Ф. Учебник торгового права. М., 1994. – 335 с.

169. Ширвиндт А.М. Ограничение свободы договора в целях защиты прав потребителей в российском и европейском частном праве / Под общ. ред. А.Л. Маковского; Исследовательский центр частного права. - М.: Статут, 2014. – 158 с.

170. Шишлов А.А. Международно-правовое регулирование электронной связи в Европейском Союзе: диссертация кандидата юридических наук: 12.00.03. Москва, 2010. – 188 с.

171. Юридическая энциклопедия / под ред. Л.В. Тихомирова, М.Ю. Тихомирова. – М., 1997. – 525 с.

172. Явич Л.С. К вопросу о предмете и методе правового регулирования / Л.С. Явич. Сб. Вопросы общей теории советского права. М., 1960. С. 44-66.

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

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