

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Бублик Владимир Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 28.08.2023 16:49:57
Уникальный программный ключ:
c51e862f35fca08ce36bdc9169348d2ba451f033

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЮРИДИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ В. Ф. ЯКОВЛЕВА»

«Утверждено»
Решением Ученого Совета УрГЮУ
имени В. Ф. Яковлева
от 26.06.2023 года

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Правовое регулирование электронной коммерции

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования – программа магистратуры по направлению подготовки

40.04.01 Юриспруденция

(профиль (магистерская программа): **Правовое обеспечение экономической деятельности и цифровой экономики**)

ЧАСТЬ 1. (не публикуется)

ЧАСТЬ 2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАБОТЕ С ОЦЕНОЧНЫМИ МАТЕРИАЛАМИ РАЗРАБОТЧИКИ

КАФЕДРА:		Предпринимательского права
АВТОРСКИЙ КОЛЛЕКТИВ:		Сальникова Юлия Николаевна доцент, к.ю.н.

I. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ

Тип оценочного средства: практическая задача

1. Текст оценочного средства:

1. Компания АО «ФэшнФактори» осуществляет деятельность по дистанционной продаже женской верхней одежды. Образцы и размерная сетка указаны на сайте онлайн-магазина. Также имеется услуга по подгонке изделия по фигуре заказчика на основании мерок, предоставленных заказчиком. Оформление заказа осуществляется через личный кабинет на сайте Компании. При оформлении заявки клиент указывает свой телефон и адрес электронной почты для получения SMS-сообщения и электронного письма о подтверждении приемки заказа. Информация о движении заказа доступна клиенту в личном кабинете, а также приходит в виде SMS-сообщений и электронных писем. Оплата товара может осуществляться следующими способами: наложенным платежом (при почтовой отправке), либо посредством банковской карты или электронной платежной системы (Яндекс-деньги, например) через сайт Компании.

Проанализируйте структуру отношений между компанией и клиентами (заказчиками). Определите вид договора, порядок его заключения, существенные условия, место и момент заключения договора. Определите, какие сопутствующие виды соглашений и договоров необходимо использовать для оформления деятельности компании в предложенных вариантах.

Ключ ответа/решение:

В данном случае по своей структуре отношения между компанией и клиентами (заказчиками) можно охарактеризовать как отношения по купле-продаже товаров (женской верхней одежды) дистанционным способом. Согласно Постановлению Правительства РФ от 31 декабря 2020 г. N 2463 «Об утверждении Правил продажи товаров по договору розничной купли-продажи, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование потребителя о безвозмездном предоставлении ему товара, обладающего этими же основными потребительскими свойствами, на период ремонта или замены такого товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих обмену, а также о внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации», При дистанционном способе продажи товара продавец обязан заключить договор розничной купли-продажи с любым лицом, выразившим намерение приобрести товар на условиях оферты. При продаже товара с использованием сети «Интернет» продавец предоставляет потребителю подтверждение заключения договора купли-продажи на условиях оферты, которая содержит существенные условия этого договора, после получения продавцом сообщения потребителя о намерении заключить договор розничной купли-продажи. Способ направления подтверждения о заключении договора нормативными актами не регулируется. Данное подтверждение в том числе может быть направлено путем SMS-сообщения или электронного письма. Существенным условием данного вида договоров по общему правилу является предмет договора (наименование и количество товара) согласно п. 3 ст. 455, п. 2 ст. 465 ГК РФ. Информирование потребителя о свойствах и

характеристиках товара регулируется Законом РФ от 07 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей». Подтверждение заключения договора должно содержать номер заказа или иной способ идентификации заказа, который позволяет потребителю получить информацию о заключенном договоре розничной купли-продажи и его условиях. Таким образом дистанционный договор розничной купли-продажи заключается путем размещения оферты на сайте магазина и акцепта данной оферты покупателем путем направления через личный кабинет сообщения о намерении заключить договор на указанных в оферте условиях.

По общему правилу, согласно ст. 493 ГК РФ, если иное не предусмотрено законом или договором розничной купли-продажи, в том числе условиями формуляров или иных стандартных форм, к которым присоединяется покупатель (ст. 428 ГК РФ), договор розничной купли-продажи считается заключенным в надлежащей форме с момента выдачи продавцом покупателю кассового или товарного чека, электронного или иного документа, подтверждающего оплату товара. Либо, согласно Постановлению Правительства РФ от 31 декабря 2020 г. N 2463, с момента получения продавцом сообщения потребителя о намерении заключить договор розничной купли-продажи. При этом правилами продавца может быть установлена в том числе необходимость подтверждения заказа через SMS-сообщение от клиента или путем направления подтверждения по электронной почте. Местом заключения договора в случае, если место не указано в самом договоре, будет по общему правилу считаться место нахождения лица, направившего оферту (ст. 444 ГК РФ).

Отсутствие у покупателя кассового или товарного чека не лишает его возможности ссылаться на свидетельские показания в подтверждение заключения и его условий.

Необходимо обратить внимание, что товар признается непредназначенным для продажи дистанционным способом в случае, если продажа товара на сайте и (или) странице сайта в сети Интернет и (или) в программе для электронных вычислительных машин подразумевает предварительное согласование условий договора розничной купли-продажи, в том числе согласование наличия, наименования и количества товара, также в иных случаях, когда продавец явно определил, что соответствующий товар не предназначен для продажи дистанционным способом. Таким образом, при покупке изделия с условием о его подгонке по фигуре заказчика на основании согласованных мерок, предоставленных заказчиком, правила о продаже товаров дистанционным способом не могут быть применены. В данном случае будут применяться общие нормы ГК РФ о розничной-купле продаже и бытовом подряде.

Сопутствующие виды соглашений и договоров для оформления деятельности компании в предложенных вариантах: согласие на обработку персональных данных, договор эквайринга, договор на использование электронного средства платежа, договор перевозки груза.

Тип оценочного средства: практическая задача

2. Текст оценочного средства:

1. 08.02.2021г. АО «АвиаВектор» подало заявку на участие в электронном конкурсе на право заключения договора на оказание услуг чартерной авиаперевозки. В соответствии с извещением № 4500398, размещенным в единой информационной системе в сфере закупок, дата окончания подачи заявок - 10.03.2021. В процессе подачи заявки АО «АвиаВектор» выяснило, что условия Положения о закупке товаров, работ, услуг Заказчика содержат явные нарушения требований Федерального закона № 223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц». Так заявки оценивались и сопоставлялись по двум подкритериям: № 1 «Обеспеченность материально-техническими ресурсами, необходимыми для исполнения обязательств по договору» и № 2 «Наличие опыта по успешной поставке продукции сопоставимого характера и объема». Согласно Закупочной документации, в рамках подкритерия оценивается наличие опыта успешной поставки продукции сопоставимого характера и объема. К учету принимается опыт успешной поставки продукции сопоставимого характера и объема в течение последних 5 лет, предшествующих размещению извещения о закупке (в любой год из

заявленного периода). При этом участнику закупки, сделавшему предложение равное или лучше предельно необходимого максимального значения подкритерия присваивается 100 баллов, и его предложение корректируется на коэффициент значимости подкритерия в общем порядке. По результатам конкурса АО «АвиаВектор» было присвоено 95 баллов (Протокол от 19.03.2021). По мнению АО «АвиаВектор» его заявка была оценена некорректно по подкритерию № 2, поскольку АО «АвиаВектор» не могло представить более 5 договоров для начисления максимального количества баллов. АО «АвиаВектор» посчитало также неправомерным невключение в Закупочную документацию его разрешительных документов на перевозку опасных грузов. Не согласившись с результатами конкурса АО «АвиаВектор» подало жалобу в антимонопольный орган, однако данная жалоба была признана необоснованной. Далее АО «АвиаВектор» решило обратиться в арбитражный суд с заявлением о признании решения антимонопольного органа незаконным как не соответствующего Федеральному закону от 18.07.2011 № 223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» и нарушающего права и законные интересы АО «АвиаВектор» в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности.

Проанализируйте ситуацию. Вправе ли участник закупки обжаловать условия конкурса после его завершения и определения победителя? Какое решение должен принять суд с учетом положений Федерального закона № 223-ФЗ, а также принципа баланса частных и публичных интересов? Ответ обоснуйте.

Ключ ответа/решение:

В соответствии с п. 1 ч. 1 ст. 18.1 Федерального закона от 26 июля 2006 г. N 135-ФЗ "О защите конкуренции" (далее - Закона о защите конкуренции) по правилам данной статьи антимонопольный орган рассматривает жалобы на действия (бездействие) юридического лица, организатора торгов, оператора электронной площадки, конкурсной комиссии или аукционной комиссии при организации и проведении торгов, заключении договоров по результатам торгов либо в случае, если торги, проведение которых является обязательным в соответствии с законодательством Российской Федерации, признаны несостоявшимися, а также при организации и проведении закупок в соответствии с Федеральным законом от 18.07.2011 N 223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» (далее - Закон о закупках), за исключением жалоб, рассмотрение которых предусмотрено законодательством Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд.

Согласно ч. 2 ст. 18.1 Закона о защите конкуренции действия (бездействие) организатора торгов, оператора электронной площадки, конкурсной или аукционной комиссии могут быть обжалованы в антимонопольный орган лицами, подавшими заявки на участие в торгах, а в случае, если такое обжалование связано с нарушением установленного нормативными правовыми актами порядка размещения информации о проведении торгов, порядка подачи заявок на участие в торгах, также иным лицом (заявителем), права или законные интересы которого могут быть ущемлены или нарушены в результате нарушения порядка организации и проведения торгов.

Таким образом, по правилам ст. 18.1 Закона о защите конкуренции жалоба может быть подана либо лицом, подавшим заявку на участие в Закупке, либо лицом, не подавшим заявку на участие, в случае, если обжалуется порядок размещения информации о проведении Закупки либо порядок подачи заявок на участие.

В выше указанной ситуации Заявитель подал заявку на участие в Закупке. До окончания подачи заявок Заявитель требования конкурсной документации не оспаривал.

Обжалование в антимонопольном органе осуществляется в порядке, установленном ст. 18.1 Закона о защите конкуренции и происходит с учетом особенностей, установленных названной статьей, а также в соответствии с ч. 11 ст. 3 Закона о закупках. Согласно указанной норме, если обжалуемые действия (бездействие) совершены заказчиком, комиссией по осуществлению закупок, оператором электронной площадки после окончания установленного в документации о

конкурентной закупке срока подачи заявок на участие в закупке, обжалование таких действий (бездействия) может осуществляться только участником закупки, подавшим заявку на участие в закупке. Таким образом, из буквального толкования приведенной нормы права следует, что законодателем разделены возможные к оспариванию действия организаторов закупки *на совершенные до окончания срока подачи заявок и совершенные после этого срока*. При этом *действия, совершенные организатором закупки до окончания такого срока*, могут быть оспорены в антимонопольном органе лицами вне зависимости от факта подачи ими заявок на участие в закупке. В свою очередь, *действия, совершенные уже на стадии рассмотрения заявок*, допустимы к обжалованию исключительно лицами, подавшими заявки на участие в закупке. Кроме того, из положений ч. 10 ст. 3 Закона о закупках следует, что для обжалования подобных действий лицо, обращающееся в антимонопольный орган с жалобой, должно доказать нарушение оспариваемыми действиями своих законных прав и интересов либо прав и законных интересов неопределенного круга лиц - потенциальных участников закупки.

При этом границы антимонопольного контроля торгов оканчиваются *при достижении баланса частных и публичных интересов*, на необходимость соблюдения которого указал Конституционный Суд Российской Федерации в постановлении от 29.03.2011 № 2-П, а также стабильности публичных правоотношений. В то же самое время «баланс» означает равновесие и равноправие сторон в публичных правоотношениях, а не смещение вектора административной защиты в сторону одного из участников таких отношений без достаточных к тому оснований. Указанное означает недопустимость применения со стороны антимонопольного органа мер публично-правового принуждения на основании жалобы лица, не посчитавшего необходимым со своей стороны оспорить положения закупочной документации до момента подачи своей заявки на участие в этой закупке, а попытавшегося обойти эти требования и впоследствии стремящегося сорвать закупочную процедуру после отказа ее организатора в допуске такому лицу к участию в этой закупке. Обратное будет противоречить не только балансу частных и публичных интересов, но и принципам добросовестной реализации и защиты своих гражданских прав (п. 3 ст. 1 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее - ГК РФ), недопустимости извлечения преимуществ из своего незаконного или недобросовестного поведения (п. 4 ст. 1 ГК РФ) и злоупотребления правом (п. 1 ст. 10 ГК РФ).

Также следует отметить, что нарушения при составлении документации могут быть подразделены на явные и скрытые, проявляющиеся только при злоупотреблении организаторами закупок своими правами при совершении тех или иных действий в рамках их проведения и не выявляемые при общей проверке закупочной документации на предмет ее соответствия требованиям законодательства Российской Федерации о закупках. Скрытые нарушения в составе закупочной документации могут быть выявлены и устранены контрольным органом при рассмотрении им жалобы участника закупки на последствия таких нарушений, что не будет являться злоупотреблением правом со стороны последних и не будет свидетельствовать о выходе административного органа за пределы предоставленных ему полномочий и доводов поданной жалобы (ч. 13 ст. 3 Закона о закупках).

Нарушение, указанное в задаче, в случае его действительного наличия в действиях Заказчика, являлось явным и не могло не быть обнаружено АО «АвиаВектор» при изучении им документации. Вместе с тем, на наличие такого условия в документации Заказчика АО «АвиаВектор» указало только после непризнания его победителем процедуры.

При таких данных, оценивая поведение АО «АвиаВектор» в указанной части, следует признать его злоупотреблением правом (п. 2 ст. 10 ГК РФ). Оспариваемые АО «АвиаВектор» положения документации подлежали обжалованию до окончания срока подачи заявок. В противном случае, реализация такого права за пределами окончания срока подачи заявок необоснованно затрагивает права и законные интересы иных участников Закупки, которые подали заявки в соответствии с условиями документации.

Кроме того, АО «АвиаВектор» конклюдентно согласился (п. 1 ст. 8 ГК РФ) на все условия документации в момент подачи им заявки на участие в Закупке. В этой связи отсутствуют правовые основания к выявлению в действиях Заказчика нарушения требований действующего

законодательства о закупках, поскольку последний действовал в строгом соответствии с требованиями собственной документации, которая не была оспорена АО «АвиаВектор» ни в административном, ни в судебном порядке.

Тип оценочного средства: практическая задача

3. Текст оценочного средства:

ООО «Изи́рент», владелец интернет-платформы для совершения сделок по аренде движимого и недвижимого имущества, приняло решение для повышения известности и посещаемости платформы осуществлять парсинг объявлений об аренде с других сайтов, таких как, например avito.ru.

Проект решения был представлен на обсуждение в юридический отдел ООО «Изи́рент». Ответьте на вопросы, стоящие перед юридическим отделом. Законна ли деятельность по парсингу объявлений с других интернет-сайтов? Если да, то при соблюдении каких условий возможен парсинг объявлений?

Ключ ответа/решение:

В первую очередь, необходимо отметить, что термин «парсинг» в законодательстве отсутствует. Тем не менее как явление парсинг существует и даже становится предметом рассмотрения в судебных разбирательствах. Под парсингом обычно понимается автоматизированный сбор и структурирование информации с сайтов при помощи программы или сервиса (бота). Владельцы сайтов-агрегаторов объявлений занимаются парсингом с целью размещения собранной информации на своем сайте. Речь здесь идет о сборе информации, которая находится в открытом доступе, т.е. является общедоступной, а не о взломе и (или) воровстве контента с ресурса, доступ к которому ограничен. Парсинг подразумевает выборку ботом определенной информации, в которой заинтересовано собирающее эту информацию лицо, а не копирование всей базы данных информационного ресурса. Объектом парсинга могут быть персональные данные клиентов сайта, с которого осуществляется сбор информации, а также содержание объявлений, включая описания товаров, фотографии и иные объекты интеллектуальной собственности. Поэтому деятельность по парсингу объявлений может приводить к нарушению различных норм законодательства – прежде всего, законодательства о защите персональных данных, интеллектуальных и смежных прав авторов объявлений и владельца сайта-агрегатора объявлений (базы данных), личных неимущественных прав граждан.

Законна ли деятельность по парсингу объявлений с других интернет-сайтов?

Парсинг сайтов является законным, только в том случае, когда не нарушается действующее законодательство. Если рассматривать данную фабулу, то следует сделать вывод о том, что действия ООО «Изи́рент» не законны:

Во-первых, объявления содержат Персональные данные арендодателей (имя, номер телефона и т.д.), что является нарушением Федерального закона от 27 июля 2006 г. N 152-ФЗ "О персональных данных", в соответствии ст.6 - обработка персональных данных осуществляется с согласия субъекта персональных данных на обработку его персональных данных. У ООО «Изи́рент» отсутствуют согласия субъектов персональных данных (пользователей) на обработку их персональных данных.

Во-вторых, объявления содержат фотографии объектов, в соответствии с п. 1 ст. 1259 ГК РФ, в число объектов авторских прав включены фотографические произведения и произведения, полученные способами, аналогичными фотографии, отсюда следует, что парсинг фотографий также не возможен без согласия авторов, так как нарушает авторские права владельцев фотографий.

В-третьих, если использование базы данных осуществляется лицом без согласия ее правообладателя, имеет место правонарушение: согласно абз. 2 п. 1 ст. 1334 ГК РФ нарушением смежных прав правообладателя базы данных признается перенос всего содержания базы данных или существенной части составляющих ее материалов на другой информационный носитель (извлечение материалов из базы) и последующее их использование. При этом правонарушением является не сам по себе перенос содержания базы данных (извлечение материалов), а перенос содержания базы данных в совокупности с последующим использованием (размещением объявлений на сайте ООО «Изириент»).

В силу введенной в 2013 г. ч. 4 ст. 7 Федерального закона от 27.07.2006 N 149-ФЗ "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" (далее - Закон об информации) обнародованная подобным образом информация (сведения и данные) признается "общедоступной информацией, размещаемой в форме открытых данных". Для нее законом установлен специальный правовой режим: согласно п. 2 ст. 7 Закона об информации общедоступная информация может использоваться любыми лицами по их усмотрению при соблюдении установленных федеральными законами ограничений в отношении распространения такой информации.

Если да, то при соблюдении каких условий возможен парсинг объявлений?

В соответствии с действующим законодательством парсинг сайтов является законным, в том случае, если при его осуществлении не происходит нарушений установленных законодательством запретов. В настоящий момент установлены следующие ограничения, имеющие отношение к сети интернет:

- Не допускается нарушение Авторских и смежных прав (положения Части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации от 18 декабря 2006 г. N 230-ФЗ).
- Не допускается какое-либо использование персональных данных пользователей без их согласия на обработку персональных данных (Федеральный закон от 27 июля 2006 г. N 152-ФЗ "О персональных данных").
- Не допускается неправомерный доступ к охраняемой законом компьютерной информации (Федеральный закон от 27.07.2006 г. N 149-ФЗ "Об информации, информационных технологиях и о защите информации").
- Не допускается заведомо недобросовестное осуществление гражданских прав - злоупотребление правом (Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 23 апреля 2019 г. N 10 "О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации").
- Не допускается использование гражданских прав в целях ограничения конкуренции (Федеральный закон от 26 июля 2006 г. N 135-ФЗ "О защите конкуренции").

Из вышеуказанных запретов следует, что организация вправе осуществлять автоматизированный сбор информации (парсинг сайтов), размещенной в открытом доступе на сайтах в сети интернет если соблюдаются следующие условия:

- Информация находится в открытом доступе и не защищается законодательством об авторских и смежных правах.
- Получено разрешение субъекта на обработку персональных данных.
- Автоматизированный сбор осуществляется законными способами.
- Автоматизированный сбор информации не приводит к нарушению в работе сайтов в сети интернет.
- Автоматизированный сбор информации не приводит к ограничению конкуренции.

Судебная практика по аналогичным делам: дело ВКонтакте v. Double Data (N А40-18827/2017, Постановление Суда по интеллектуальным правам от 23 сентября 2022 г. N С01-201/2018 по делу N А40-18827/2017). Суд запретил Ответчику извлекать и использовать информационные элементы из базы данных пользователей социальной сети "ВКонтакте", расположенные по адресу в сети Интернет www.vk.com, в том числе с использованием Программных продуктов Ответчика переносить информационные элементы из базы данных

пользователей социальной сети "ВКонтакте", расположенные по адресу в сети Интернет www.vk.com, на свои информационные носители или информационные носители третьих лиц, создавать технические условия, обеспечивающие передачу таких информационных материалов на информационные носители третьих лиц, или технические условия, обеспечивающие предоставление третьим лицам возможности доступа к таким информационным материалам.

Тип оценочного средства: открытые тестовые задания (письменная аудиторная контрольная работа, письменный опрос)

4. Текст оценочного средства:

- 1) Приведите определение электронной подписи.
- 2) Перечислите виды электронной подписи.
- 3) Дайте краткую характеристику договору хостинга: вид, существенные условия, требования к форме, содержание.
- 4) Раскройте понятие «электронный документ» через перечисление его основных признаков.
- 5) Опишите структуру электронного документооборота и его значение в электронной коммерции.

Ключ ответа/решение:

1) Электронная подпись - информация в электронной форме, которая присоединена к другой информации в электронной форме (подписываемой информации) или иным образом связана с такой информацией и которая используется для определения лица, подписывающего информацию (Федеральный закон от 06 апреля 2011 № 63-ФЗ «Об электронной подписи»).

2) В соответствии с Федеральным законом от 06 апреля 2011 № 63-ФЗ «Об электронной подписи» выделяются следующие виды электронной подписи: **простая электронная подпись** (электронная подпись, которая посредством использования кодов, паролей или иных средств подтверждает факт формирования электронной подписи определенным лицом), **неквалифицированная электронная подпись** (получена в результате криптографического преобразования информации с использованием ключа электронной подписи, позволяет определить лицо, подписавшее электронный документ, позволяет обнаружить факт внесения изменений в электронный документ после момента его подписания, создается с использованием средств электронной подписи), **квалифицированная электронная подпись** (ключ проверки электронной подписи указан в квалифицированном сертификате, для создания и проверки электронной подписи используются средства электронной подписи, имеющие подтверждение соответствия требованиям, установленным законом).

3) Согласно п. 18 ст. 2 Федерального закона от 27 июля 2006 г. N 149-ФЗ "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" под провайдером хостинга понимается лицо, осуществляющее деятельность по предоставлению вычислительной мощности для размещения информации в информационной системе, постоянно подключенной к сети "Интернет". В данном пункте содержится и косвенное определение понятия «услуга хостинга». Хостинг – это услуги по предоставлению провайдером дискового пространства для размещения веб-сайта пользователя на сервере, подключенном к сети «Интернет» под постоянным IP-адресом, с его последующим техническим обслуживанием. Деятельность по оказанию услуг хостинга не подлежит лицензированию, поскольку к услугам связи и телематическим услугам связи не относится (Письмо Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций от 20 сентября 2012 г. N 02/3489-ОГ "О лицензировании"). Предмет договора хостинга характеризуется путем указания на объем дискового пространства,

предоставляемого под веб-сайт пользователя, платформу, на которой будет размещен сайт, дополнительные сервисы (ведение статистики, поддержка защищенных соединений, резервное копирование, защита от DoS-атак и т.д.). Качество услуги хостинга характеризуется пропускной способностью канала, временем реакции на запрос к серверу, время доступности серверов провайдера. Необходимо закрепить положения касающиеся судьбы веб-сайта при расторжении договора. Форма договора: письменная. Договор консенсуальный, смешанного типа.

4) **Электронный документ** - документированная информация, представленная в электронной форме, то есть в виде, пригодном для восприятия человеком с использованием электронных вычислительных машин, а также для передачи по информационно-телекоммуникационным сетям или обработки в информационных системах. Согласно ст. 6 Федерального закона от 27 июля 2006 г. N 149-ФЗ "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" Информация в электронной форме, подписанная квалифицированной электронной подписью, признается электронным документом, равнозначным документу на бумажном носителе, подписанному собственноручной подписью, и может применяться в любых правоотношениях в соответствии с законодательством Российской Федерации, кроме случая, если федеральными законами или принимаемыми в соответствии с ними нормативными правовыми актами установлено требование о необходимости составления документа исключительно на бумажном носителе.

5) **Электронный документооборот** — это обмен электронными документами по телекоммуникационным каналам связи (ТКС) оператора ЭДО. Понятие электронного документа дано в ст. 6 Федерального закона от 27 июля 2006 г. N 149-ФЗ "Об информации, информационных технологиях и о защите информации". Электронный документооборот (ЭДО) происходит через систему оператора ЭДО, строго между участниками системы ЭДО. Одна организация отправляет другой файл документа. Адресат получает его через несколько секунд на своем ПК. Процесс можно сравнить с электронной почтой. При передаче документа оператор автоматически проверяет легитимность электронной подписи, которой завизирован документ, и соответствие формата документа требованиям законодательства. Основные правила работы с электронными документами прописаны в Федеральном законе от 06.04.2011 № 63-ФЗ «Об электронной подписи» (далее - Закон № 63-ФЗ).

В п. 1 ст. 4 Закона N 63-ФЗ закреплено право участников электронного взаимодействия использовать электронную подпись любого вида по своему усмотрению, если по закону нет требования об использовании конкретного вида электронной подписи. ЭДО с применением простой и неквалифицированной электронной подписи, согласно п. 2 ст. 6 Закона Об электронной подписи, может быть организован организациями только при наличии между ними соглашения о порядке обмена электронными документами. Указанное соглашение должно устанавливать порядок проверки электронной подписи, а также соответствовать требованиям ст. 9 Закона № 63-ФЗ (письмо ФНС России от 20.02.2018 № ЕД-4-15/3372).

Если документ требует двусторонней подписи, получатель также подписывает его электронной подписью или отказывается в подписи и запрашивает корректировку. Движение документа отправитель может отследить благодаря статусам: «Отправлен», «Получен», «Подписан», «Отказано в подписи».

Роль ЭДО в электронной коммерции: оптимизирует бизнес-процессы за счет упрощения и ускорения согласования, подписания и отправки документов между сторонами коммерческих договорных отношений. Обеспечивает юридическую силу документов за счет применения квалифицированной электронной подписью. Обеспечивает возможность обмена не только непосредственно экземплярами договора, но и первичной документацией по сделке, а также обмен документами с налоговой.

Тип оценочного средства: практическая задача

5. Текст оценочного средства:

К вам на консультацию обратился индивидуальный предприниматель со следующими вопросами. Как перейти на электронный документооборот с контрагентами? Необходимо заключать отдельные соглашения о переходе на ЭДО или направить письмо в произвольной форме с информированием о переходе организации на ЭДО?

Ответ обоснуйте.

Ключ ответа/решение:

«Согласно п. 5 ст. 9 Федерального закона от 06.12.2011 № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» первичные учетные документы можно составлять на бумажном носителе и (или) в виде электронного документа, подписанного электронной подписью.

Основные правила работы с электронными документами прописаны в Федеральном законе от 06.04.2011 № 63-ФЗ «Об электронной подписи» (далее - Закон № 63-ФЗ).

В п. 1 ст. 4 Закона № 63-ФЗ закреплено право участников электронного взаимодействия использовать электронную подпись любого вида по своему усмотрению, если по закону нет требования об использовании конкретного вида электронной подписи.

В письме Минфина России от 13.05.2020 № 03-03-06/2/38724 пояснено, что согласно ст. 21 Федерального закона от 06.12.2011 № 402-ФЗ виды электронных подписей, используемых для подписания документов бухгалтерского учета, устанавливаются федеральными стандартами бухгалтерского учета. До принятия соответствующего федерального стандарта бухгалтерского учета организация может в целях бухгалтерского учета и налогообложения использовать при оформлении первичных учетных документов в электронном виде любой вид электронной подписи.

В ст. 6 Закона № 63-ФЗ закреплены основные условия, при выполнении которых электронные документы, подписанные электронной подписью, признаются равнозначными документам на бумажном носителе, подписанным собственноручной подписью.

В соответствии с п. 1 ст. 6 Закона № 63-ФЗ информация в электронной форме, подписанная квалифицированной электронной подписью, признается электронным документом, равнозначным документу на бумажном носителе, подписанному собственноручной подписью (если нет требования о необходимости составления документа в бумажном виде).

ЭДО с применением простой и неквалифицированной электронной подписи согласно п. 2 ст. 6 Закона № 63-ФЗ может быть организован организациями только при наличии между ними соглашения о порядке обмена электронными документами. Указанное соглашение должно устанавливать порядок проверки электронной подписи, а также соответствовать требованиям ст. 9 Закона № 63-ФЗ (письмо ФНС России от 20.02.2018 № ЕД-4-15/3372).

В соглашении с контрагентом о порядке обмена электронными документами также закрепляются:

- виды документов, которыми можно обмениваться электронно;
- форматы этих документов (утвержденные ФНС России или собственные);
- виды электронных подписей, которыми будут заверяться электронные документы (простая, усиленная неквалифицированная или усиленная квалифицированная);
- будут ли документы передаваться через оператора ЭДО или же они будут направляться напрямую с помощью бухгалтерской программы».

Тип оценочного средства: практическая задача

6. Ознакомьтесь с Проектом Минпромторга России «Стратегия развития торговли в Российской Федерации на период до 2025г». Каковы тенденции развития правового регулирования электронной коммерции в настоящее время?

Ключ ответа/решение:

Тенденции развития правового регулирования электронной коммерции, которые можно выделить, исходя из анализа Стратегии, связаны с необходимостью обеспечения баланса интересов участников электронной коммерции, а именно:

1. *Потребителя.* Любой потребитель сообразно своему вкусу, желаниям и достатку должен иметь возможность в пределах места жительства и работы приобретать товары, в том числе отечественного и местного производства по справедливой цене, на приемлемых и комфортных условиях, с возможностью выбора разных торговых форматов и хозяйствующих субъектов, осуществляющих розничную торговлю, то есть на конкурентных условиях;

2. *Производителя* любого объема качественной и востребованной продукции. Любой производитель должен иметь возможность удобно, предсказуемо, выгодно и гарантированно сбывать свой товар через адекватный этому производству торговый формат или торговые форматы;

3. *Субъекта торговли* – предпринимателя. Субъект торговли профессионально выполняет функцию по соединению интересов потребителей и производителей и транслирует производителю запросы и предпочтения потребителей. Для производителя субъект торговли выступает как безусловный представитель потребителя. Поэтому субъект торговли должен иметь возможность беспрепятственно легально осуществлять торговую деятельность, комфортно открывать, вести и расширять свой торговый бизнес.

Анализ состояния и развития торговой отрасли в Российской Федерации позволяет выделить следующие основные проблемы правового регулирования в сфере торговой деятельности:

- недостаточная эффективность и чрезмерность государственного регулирования торговой отрасли;
- отсутствие системности в действующей нормативной правовой базе,
- регулирующей отношения в сфере торговли;
- избыточность правового регулирования отдельных аспектов торговой деятельности;
- недостатки в организации и осуществлении государственного и муниципального -контроля (надзора) в сфере торговли;
- злоупотребление местными властями своими полномочиями.

Разработчиками Стратегии предлагается ряд конкретных шагов в рамках намеченных тенденций. В том числе:

Упростить требования Федерального закона от 30 декабря 2006 г. № 271-ФЗ «О розничных рынках и о внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации» (далее – Закон о рынках). Упростить порядок организации рынков и исключить избыточные требования и ограничения к организации и деятельности рынков.

Нормы Закона о рынках, освободить от излишних административных барьеров, целесообразно инкорпорировать в общеправовой Закон о торговле, что упростит правоприменение и создаст целостное регулирование торговой отрасли.

Совершенствование законодательства в секторе B2B, законодательно закрепляются основы деятельности операторов электронных торговых площадок и наделением их специальной правоспособностью. Меры по совершенствованию законодательства направлены на упрощение процесса оформления сделки для организаций, работающих в сфере электронной торговли.

Ввести разделение способов продажи товаров через интернет. Чётко и однозначно на уровне законодательства Российской Федерации разграничиваются способы продажи товаров с применением интернет-технологий на основе различных моментов оплаты товара, передачи товара, и согласия покупателя на факт заключения сделки.

Тип оценочного средства: практическая задача

7. Организация, осуществляющая розничную продажу медицинских препаратов, информировала покупателей о новых и эффективных средствах путем размещения соответствующих объявлений у себя на сайте (тексты объявлений содержали подобные фразы: новейшее средство, эффективность доказана, безопасность гарантирована, безопасные/натуральные компоненты и т.д.). Доступ к данным объявлениям покупатели получали только после прохождения регистрации на сайте организации. По мнению Организации, закрытый доступ к объявлениям исключает применение Закона «О рекламе». Дайте юридическое заключение по данной ситуации с точки зрения соблюдения законодательства о рекламе. Являются ли данные объявления рекламой?

Ключ ответа/решение:

Согласно ст. 3 Федерального закона от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ "О рекламе", под рекламой понимается - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. Информация, размещаемая на сайте через закрытый доступ организацией, осуществляющей розничную продажу медицинских препаратов, является рекламой по своим признакам, так как это информация, направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования (лекарственным препаратам), формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

П. 1 Ст 13 ФЗ от 12 апреля 2010 г. № 61-ФЗ «Об обращении лекарственных средств» закрепляет, что в Российской Федерации допускаются производство, изготовление, хранение, перевозка, ввоз в Российскую Федерацию, вывоз из Российской Федерации, *реклама*, отпуск, реализация, передача, применение, уничтожение лекарственных препаратов, *если они зарегистрированы* соответствующим уполномоченным федеральным органом исполнительной власти. **Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (с изменениями и дополнениями)** в п. 1 ст. 24 закрепляет, что реклама лекарственных средств не должна:

- 2) содержать ссылки на конкретные случаи излечения от заболеваний, улучшения состояния здоровья человека в результате применения объекта рекламирования;
- 3) содержать выражение благодарности физическими лицами в связи с использованием объекта рекламирования;
- 4) создавать представление о преимуществах объекта рекламирования путем ссылки на факт проведения исследований, обязательных для государственной регистрации объекта рекламирования;
- 5) содержать утверждения или предположения о наличии у потребителей рекламы тех или иных заболеваний либо расстройств здоровья;
- 8) гарантировать положительное действие объекта рекламирования, его безопасность, эффективность и отсутствие побочных действий;
- 10) содержать утверждения о том, что безопасность и (или) эффективность объекта рекламирования гарантированы его естественным происхождением.

В данном случае указывается, что на сайте описание товара помимо характеристик, противопоказаний, порядка приема и т.п. указывались такие фразы как: «навейшее средство, эффективность доказана, безопасность гарантирована, безопасные/натуральные компоненты».

Исходя из положений ст. 5 и требований ст. 24 Закона о рекламе, подобные словосочетания следует охарактеризовать как недобросовестную и недостоверную рекламу.

Распространение данных рекламных сообщений через закрытый доступ, на первый взгляд, исключает такой обязательный для квалификации сообщения как рекламного признак как – адресация неопределенному кругу лиц. Но имеющаяся правоприменительная практика подтверждает, что в подобных ситуациях важна именно цель сообщения и его направленность на неопределенный круг лиц, отсутствие персонализации в сообщении (персональных предложений). Например, аналогичные выводы сделаны Федеральной антимонопольной службой в отношении рекламных рассылок (Разъяснения Федеральной антимонопольной службы от 14 июня 2012 г. «О порядке применения статьи 18 Федерального закона "О рекламе").

Тип оценочного средства: практическая задача

8. Интернет-магазин выставил товар на продажу по цене ниже рыночной из-за ошибки в системе (Телевизор Xiaomi Smart TV был выставлен по цене 8 900 руб. вместо 890 000 руб.).

Товар выгрузился на сайт интернет-магазина и на Яндекс.Маркет по очевидно заниженной цене. Через сайт интернет-магазина этот товар приобрела Заева И.С., оплатив товар банковской картой (чек от 15.11.2021). На следующий день интернет-магазин в одностороннем порядке аннулировал Договор розничной купли-продажи и прислал письмо на электронную почту Заевой И.С. о том, что в системе интернет-магазина закралась ошибка по отображению остатков, в данный момент интернет-магазин работает над устранением, поэтому интернет-магазин вынужден аннулировать заказ, а уплаченная Заевой И.С. сумма, будет полностью возвращена ей на карту. При этом товар остался в наличии на сайте интернет-магазина по той же самой ссылке - с пометкой «в наличии». Магазин не установил срок для выполнения заказа, не предложил аналогичную модель, но произвел возврат средств Покупателю.

Заева И.С. решила обратиться в суд с требованием возложить на продавца обязанность передать ей товар по указанной на сайте интернет-магазина цене.

Подготовьте консультацию для Заевой И.С. Нарушил ли в данном случае интернет-магазин права потребителя? Можно ли в данном случае говорить об одностороннем изменении условий договора? Заключен ли договор? Подготовьте обоснованный ответ со ссылкой на нормативные акты.

Ключ ответа/решение:

В соответствии с п. 13 Постановления Правительства РФ от 31 декабря 2020 г. N 2463 "Об утверждении Правил продажи товаров по договору розничной купли-продажи, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование потребителя о безвозмездном предоставлении ему товара, обладающего этими же основными потребительскими свойствами, на период ремонта или замены такого товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих обмену, а также о внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации", договор купли-продажи товара при дистанционном способе продажи считается заключенным с момента выдачи продавцом потребителю кассового или товарного чека либо иного документа, подтверждающего оплату товара, или с момента получения продавцом сообщения потребителя о намерении заключить договор розничной купли-продажи. Информационные обязанности продавца установлены ст. 26 Закона РФ от 7 февраля 1992 г. N 2300-1 "О защите прав потребителей", а также пунктом 18

Постановления Правительства РФ от 31 декабря 2020 г. N 2463. При дистанционном способе продажи товара продавец предоставляет потребителю полную и достоверную информацию, характеризующую предлагаемый товар посредством ее размещения на сайте и (или) странице сайта в сети «Интернет», и (или) в программе для электронных вычислительных машин, и (или) в средствах связи (телевизионной, почтовой, радиосвязи и др.), и (или) в каталогах, буклетах, проспектах, на фотографиях или в других информационных материалах. Информация о цене и наличии товара, указанная на сайте, также является частью публичной оферты.

В данном случае сообщение о намерении приобрести товар (заявка, акцепт) была получена продавцом, то есть договор купли-продажи был заключен на условиях публичной оферты, размещенной на сайте продавца. Более того – товар был оплачен.

В данном случае аннулирование заказа интернет-магазином в одностороннем порядке является неправомерным и нарушает права потребителя. Требование потребителя подлежит удовлетворению.

Системная ошибка по отображению остатков не освобождает интернет-магазин от ответственности за исполнение заключенного договора купли-продажи. Одностороннее аннулирование заказа в данном случае следует квалифицировать как отказ от исполнения договора в одностороннем порядке. Односторонний отказ от исполнения договора в одностороннем порядке возможен, согласно ст. 450 Гражданского кодекса РФ по требованию одной из сторон договора только по решению суда:

- при существенном нарушении договора другой стороной;

- в иных случаях, предусмотренных ГК РФ, другими законами или договором.

Иных оснований для одностороннего расторжения договора розничной купли-продажи законодательство не содержит. Возврат денег не влияет на ситуацию. Потребитель вправе обратиться с требованием об исполнении договора, который был заключен между сторонами, а в случае отказа его исполнить - обратиться в суд за понуждением к исполнению договора.

В данном случае отсутствуют какие-либо основания предполагать злоупотребление правом со стороны покупателя - покупатель не обязан осуществлять мониторинг сайтов и сверять предложенную цену с другими, толерантно отказываясь от предложения, явно не соответствующего среднему по рынку. Покупатель приобретает товар в соответствии с офертой продавца и на основании информации, предоставленной продавцом. Риски, связанные с неправильным указанием цены в оферте несет продавец.

Более того, в правоприменительной практике сформирована позиция по аналогичным делам. Например, когда в офлайн-магазине не был перевешан ценник на товар и покупатель требовал исполнения оферты в соответствии с тем, что он увидел и зафиксировал именно как оферту, и суды удовлетворяли такие иски вне зависимости от стоимости и сравнения ее с рыночной (Информация Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека от 3 февраля 2021 г. "О рекомендациях, что делать потребителю, если цена на ценнике не соответствует цене на кассе"). Покупатель не должен думать об истинных причинах выставления продавцом такой оферты, а значит, сделка состоялась, и расторгнуть ее можно только по установленным законом основаниям, которые не содержат такого основания, как ошибка продавца.

II. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ

1. Тип оценочного средства: закрытое тестовое задание

Текст оценочного средства:

1. К предмету договора оказания услуг хостинга относится:

- 1) предоставление дискового пространства веб-сервера интернет-провайдера для размещения веб-сайта пользователя
- 2) предоставление собственного или арендуемого канала связи
- 3) предоставление услуг по техническому обслуживанию интернет-ресурса
- 4) все вышеперечисленное
- 5) ничего из вышеперечисленного

Ключ ответа/решение:

- 4) все вышеперечисленное**

2. Закон РФ «О защите прав потребителей» не распространяется:

- 1) На сделки купли-продажи, осуществляемые посредством сети «Интернет»
- 2) На сделки по приобретению права использования (на условиях исключительной или неисключительной лицензии) программ для ЭВМ, осуществляемые посредством сети Интернет
- 3) На сделки с оказанием услуг, осуществляемые посредством сети «Интернет»
- 4) все вышеперечисленное

Ключ ответа/решение:

- 2) На сделки по приобретению права использования (на условиях исключительной или неисключительной лицензии) программ для ЭВМ, осуществляемые посредством сети Интернет**

3. Договор, заключаемый в сети Интернет путем клика мышью, называется:

- 1) browse-warр договор
- 2) click- click договор
- 3) непоименованный договор
- 4) click-warр договор

Ключ ответа/решение:

- 4) click-warр договор**

4. Browse-warр договор считается заключенным с момента:

- 1) с момента проставления галочки в графе «я согласен»

- 2) с момента начала фактического использования веб-сайта
- 3) с момента получения владельцем сайта акцепта по электронной почте
- 4) с момента выдачи пользователю кассового или товарного чека

Ключ ответа/решение:

- 2) с момента начала фактического использования веб-сайта

5. Момент заключения договора в сети «Интернет» определяется:

- 1) моментом получения (доставки) акцепта
- 2) моментом ознакомления оферента с акцептом
- 3) моментом начала исполнения оферентом принятых на себя обязательств
- 4) моментом направления акцепта

Ключ ответа/решение:

- 1) моментом получения (доставки) акцепта

2. Тип оценочного средства: практическая задача

Текст оценочного средства:

2. Гр-н Смирнов обратился в суд с исковым заявлением к ООО «Алиэкспресс», в обоснование которого указал на то, что в июне 2020 года в интернет-магазине ответчика он приобрел смартфон стоимостью 85 000 руб. 00 коп. В августе после получения обновления смартфон перезагрузился и не включился, перестал реагировать на любые с ним действия. В августе произведен ремонт смартфона путем переустановки программного обеспечения в авторизованном сервисном центре. В сентябре телефон перезагрузился и дисплей также стал отображать информацию на иностранном языке и не реагировать на любые с ним действия, не включался. В сентябре Смирнов вновь сдал смартфон в сервисный центр, смартфон был отремонтирован путем переустановки программного обеспечения. Через несколько дней после повторного ремонта смартфон снова перезагрузился и вновь проявилась аналогичная неисправность. Таким образом, в процессе эксплуатации проявился трижды один и тот же недостаток. В этой связи Смирнов посчитал, что ему был реализован товар ненадлежащего качества и незамедлительно направил в адрес Продавца претензию о возврате стоимости товара. Через 10 дней с момента получения претензии Продавцом дан ответ об отказе в удовлетворении требования о возврате стоимости товара, поскольку сбой программного обеспечения не является недостатком и Закон РФ «О защите прав потребителей» в данном случае не может быть применен.

Ключ ответа/решение:

Закон «О защите прав потребителей» регулирует отношения, возникающие между потребителями и изготовителями, исполнителями, импортерами, продавцами, владельцами агрегаторов информации о товарах (услугах) при продаже товаров (выполнении работ, оказании услуг), устанавливает права потребителей на приобретение товаров (работ, услуг) надлежащего качества и безопасных для жизни, здоровья, имущества потребителей и окружающей среды, получение информации о товарах (работах, услугах) и об их изготовителях (исполнителях, продавцах), о

владельцах агрегаторов информации о товарах (услугах), просвещение, государственную и общественную защиту их интересов, а также определяет механизм реализации этих прав.

Программное обеспечение, предоставленное пользователю в соответствии с Пользовательским соглашением без взимания платы, не является товаром или услугой, а значит, на отношения о передаче или предоставлении прав на использование программного обеспечения в подобных случаях Закон «О защите прав потребителей» не распространяется. Иным образом осуществляется правовое регулирование тех случаев, когда программное обеспечение является частью технически сложного товара. Согласно п. 4.1. ст. 4 Закона «О защите прав потребителей», при продаже отдельных видов технически сложных товаров с предварительно установленными программами для электронных вычислительных машин потребителю обеспечивается возможность использовать отдельные виды технически сложных товаров с предварительно установленными программами для электронных вычислительных машин. Продавец несет ответственность за соблюдение указанных требований.

В соответствии с п. 1 ст. 16 Закона от 07.02.1992 N 2300-1 "О защите прав потребителей" условия договора, ущемляющие права потребителя по сравнению с правилами, установленными законами или иными правовыми актами Российской Федерации в области защиты прав потребителей, признаются недействительными.

В соответствии со ст. 31 Закона от 07.02.1992 N 2300-1 «О защите прав потребителей» требования потребителя об уменьшении цены за выполненную работу (оказанную услугу), о возмещении расходов по устранению недостатков выполненной работы (оказанной услуги) своими силами или третьими лицами, а также о возврате уплаченной за работу (услугу) денежной суммы и возмещении убытков, причиненных в связи с отказом от исполнения договора, предусмотренные пунктом 1 статьи 28 и пунктами 1 и 4 статьи 29 настоящего Закона, подлежат удовлетворению в десятидневный срок со дня предъявления соответствующего требования.

В данном случае продавец нарушил требования Закона «О защите прав потребителей», требования потребителя подлежат удовлетворению.

Имеются также разъяснения Роспотребнадзора по аналогичным вопросам: Информация Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека от 20 апреля 2021 г. "Об особенностях продажи мобильных телефонов и некоторых других электронных устройств из числа технически сложных товаров".

3. Тип оценочного средства: закрытое тестовое задание

Текст оценочного средства:

1. Интернет-магазин является организатором распространения информации в сети «Интернет», если:

1) выступает в качестве представителя рекламодателя

2) осуществляет деятельность по обеспечению функционирования интернет-сайта, который предназначен/используется для приема, передачи, доставки, обработки электронных сообщений пользователей сети «Интернет»

3) осуществляет деятельность по обеспечению функционирования интернет-сайта, который содержит и использует форму для обратной связи продавца с пользователями

Ключ ответа/решение:

2) осуществляет деятельность по обеспечению функционирования интернет-сайта, который предназначен/используется для приема, передачи, доставки, обработки электронных сообщений пользователей сети «Интернет»

2. Обладателем цифрового права признается лицо, которое

- 1) Является кредитором в соответствующем цифровом обязательстве
- 2) В соответствии с правилами информационной системы имеет возможность распоряжаться этим правом
- 3) Зарегистрировано в реестре информационной системы в качестве обладателя цифрового права

Ключ ответа/решение:

2) В соответствии с правилами информационной системы имеет возможность распоряжаться этим правом

3. Захват доменного имени называется:

- 1) Фишингом
- 2) Кибербуллинг
- 3) Киберскоттинг
- 4) Кибератакой

Ключ ответа/решение:

3) Киберскоттинг

4. Согласно Федеральному закон «О защите конкуренции» запрещаются вертикальные соглашения между хозяйствующими субъектами:

- 1) Вертикальные соглашения в письменной форме, если эти соглашения являются договорами коммерческой концессии
- 2) Вертикальные соглашения, которые приводят или могут привести к установлению цены перепродажи товара
- 3) Вертикальные соглашения между хозяйствующими субъектами, доля каждого из которых на товарном рынке товара, являющегося предметом «вертикального» соглашения, не превышает двадцать процентов
- 4) Любые вертикальные соглашения

Ключ ответа/решение:

2) Вертикальные соглашения, которые приводят или могут привести к установлению цены перепродажи товара

5. Оператором электронных денежных средств может быть:

- 1) Индивидуальный предприниматель или коммерческая организация
- 2) Любое юридическое лицо
- 3) Кредитная организация (в том числе небанковская кредитная организация), имеющая право на осуществление переводов денежных средств без открытия банковских счетов и связанных с ними иных банковских операций

4) Только банк

Ключ ответа/решение:

3) Кредитная организация (в том числе небанковская кредитная организация), имеющая право на осуществление переводов денежных средств без открытия банковских счетов и связанных с ними иных банковских операций

4. Тип оценочного средства: практическая задача

Текст оценочного средства:

Индивидуальный предприниматель Оплетаев, зарегистрированный в установленном порядке и осуществляющий в качестве основного вида деятельности разработку программного обеспечения и телекоммуникационного оборудования, создал в сети Интернет веб-сайт, для расчетов между пользователями. Расчеты предполагалось осуществлять электронными деньгами (электронными платежными средствами), в том числе расчеты между физическими лицами.

В процессе регистрации на сайте каждому пользователю открывался «электронный кошелек», который можно было пополнить денежными средствами путем перевода денежных средств на соответствующий счет. При расчетах производилась конвертация зачисленных ранее денежных средств в условные единицы. Условные единицы в любое время могли быть конвертированы в используемую при расчетах валюту платежа.

Законна ли данная деятельность?

Ключ ответа/решение:

Деятельность индивидуального предпринимателя Оплетаева содержит признаки деятельности оператора электронных денежных средств. Согласно ст. 12 Федерального закона от 27 июня 2011 г. 161-ФЗ «О национальной платежной системе», оператором электронных денежных средств является кредитная организация, в том числе небанковская кредитная организация, имеющая право на осуществление переводов денежных средств без открытия банковских счетов и связанных с ними иных банковских операций, предусмотренная пунктом 1 части третьей статьи 1 Федерального закона «О банках и банковской деятельности». Лицо, не являющееся оператором электронных денежных средств, не вправе становиться обязанным по электронным денежным средствам и осуществлять перевод электронных денежных средств. Лицо, не являющееся оператором электронных денежных средств, не вправе становиться обязанным по денежным обязательствам, которые используются для исполнения денежных обязательств между иными лицами или совершения иных сделок, влекущих прекращение обязательств между иными лицами, на основании распоряжений, передаваемых в электронном виде обязанному лицу. Таким образом Оплетаев, как индивидуальный предприниматель, не вправе осуществлять деятельность кредитной организации (оператора электронных денежных средств), поэтому его деятельность по организации функционирования и оказанию соответствующих услуг пользователям данного Интернет-сайта, является незаконной.

5. Тип оценочного средства: закрытое тестовое задание

Текст оценочного средства:

1. Правовой статус саморегулируемых организаций в сфере электронной коммерции характеризуется:

1) добровольностью создания на условиях добровольного членства, некоммерческим характером деятельности с целью обеспечения добросовестного осуществления деятельности профессиональными участниками электронной коммерции, разработки и соблюдения стандартов профессиональной этики

2) обязательностью создания на принципах некоммерческой организации, на условиях обязательного вступления профессиональных участников электронной коммерции в саморегулируемую организацию, с целью осуществления контроля за их деятельностью

3) в сфере электронной коммерции отсутствуют саморегулируемые организации

Ключ ответа/решение:

1) добровольностью создания на условиях добровольного членства, некоммерческим характером деятельности с целью обеспечения добросовестного осуществления деятельности профессиональными участниками электронной коммерции, разработки и соблюдения стандартов профессиональной этики

2. Участником процесса эквайринга не является:

1) Покупатель

2) Интернет-провайдер

3) Банк-эмитент банковской карты покупателя

4) Платежный агрегатор

Ключ ответа/решение:

2) Интернет-провайдер

3. В соответствии с Гражданским процессуальным кодексом РФ, суды в Российской Федерации вправе рассматривать дела с участием иностранных лиц в случае, если:

1) ответчик имеет имущество, находящееся на территории Российской Федерации, и (или) распространяет рекламу в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», направленную на привлечение внимания потребителей, находящихся на территории Российской Федерации

2) спор возник из отношений, связанных с государственной регистрацией имен и других объектов и оказанием услуг в международной ассоциации информационно-телекоммуникационных сетей «Интернет» на территории Российской Федерации

3) в других случаях при наличии тесной связи спорного правоотношения с территорией Российской Федерации

4) во всех вышеуказанных случаях

Ключ ответа/решение:

1) ответчик имеет имущество, находящееся на территории Российской Федерации, и (или) распространяет рекламу в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»,

направленную на привлечение внимания потребителей, находящихся на территории Российской Федерации

4. В соответствии с Арбитражным процессуальным кодексом РФ, арбитражные суды вправе рассматривать дела с участием иностранных лиц в случае, если:

1) по делу о защите прав субъекта персональных данных, в том числе о возмещении убытков и (или) компенсации морального вреда истец имеет место жительства в Российской Федерации;

2) спор возник из отношений, связанных с государственной регистрацией имен и других объектов и оказанием услуг в международной ассоциации информационно-телекоммуникационных сетей «Интернет» на территории Российской Федерации

3) по делу о прекращении выдачи оператором поисковой системы ссылок, позволяющих получить доступ к информации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", истец имеет место жительства в Российской Федерации.

4) во всех вышеуказанных случаях

Ключ ответа/решение:

2) спор возник из отношений, связанных с государственной регистрацией имен и других объектов и оказанием услуг в международной ассоциации информационно-телекоммуникационных сетей «Интернет» на территории Российской Федерации

5. Что не относится к основаниям для аннулирования доменного имени:

1) Доменное имя идентично или сходно до степени смешения с товарным знаком третьего лица

2) Доменное имя зарегистрировано и используется третьим лицом, не являющимся обладателем исключительного права на соответствующий товарных знак

3) Доменное имя зарегистрировано и используется недобросовестно

4) У владельца доменного имени нет каких-либо законных прав и интересов в отношении доменного имени

5) Все вышеперечисленное

Ключ ответа/решение:

2) Доменное имя зарегистрировано и используется третьим лицом, не являющимся обладателем исключительного права на соответствующий товарных знак

6. Тип оценочного средства: закрытое тестовое задание

Текст оценочного средства:

1. По общему правилу, договор дистанционной купли-продажи товаров считается заключенным с момента:

1) Получения продавцом сообщения потребителя о намерении заключить договор

2) Выдачи продавцом потребителю кассового или товарного чека либо иного документа, подтверждающего оплату товара, или с момента получения продавцом сообщения потребителя о намерении заключить договор

3) Выдачи продавцом потребителю кассового или товарного чека либо иного документа, подтверждающего оплату товара

4) С момента списания суммы оплаты с банковской карты потребителя

5) С момента подтверждения потребителем заказа путем ответа на звонок представителя продавца либо иным способом, указанным продавцом

Ключ ответа/решение:

2) Выдачи продавцом потребителю кассового или товарного чека либо иного документа, подтверждающего оплату товара, или с момента получения продавцом сообщения потребителя о намерении заключить договор

2. Если место заключения договора в сети «Интернет» не указано в договоре, то оно определяется:

1) по месту нахождения технических средств, посредством которых он был заключен

2) по месту фактического получения акцепта (места расположения сервера электронной почты)

3) по месту жительства гражданина или месту нахождения (регистрации) юридического лица, направившего оферту

4) по месту нахождения технических средств, посредством которых она была направлена оферта

Ключ ответа/решение:

3) по месту жительства гражданина или месту нахождения (регистрации) юридического лица, направившего оферту

3. Стимулирующее мероприятие (рекламная акция), по условиям которого участники, выполнив определенные действия и условия, получают в подарок материальный приз является:

1) лотереей

2) публичным конкурсом

3) игрой, основанной на риске

4) публичным обещанием награды

5) не является публичным конкурсом, публичным обещанием награды, лотереей, пари или иным мероприятием, основанным на риске

Ключ ответа/решение:

5) не является публичным конкурсом, публичным обещанием награды, лотереей, пари или иным мероприятием, основанным на риске

4. Участником процесса эквайринга не является:

- 1) Покупатель
- 2) Интернет-провайдер
- 3) Банк-эмитент банковской карты покупателя
- 4) Платежный агрегатор

Ключ ответа/решение:

2) Интернет-провайдер

5. Договор, согласно которому Исполнитель обязуется по заказу Заказчика создать корпоративный Интернет-сайт, а также программное обеспечение и графику, необходимые для правильного функционирования страниц сайта в формате html и доступных посредством компьютерной сети Интернет, можно охарактеризовать как:

- 1) Договор эквайринга
- 2) Договор оказания услуг
- 3) Договор подряда
- 4) Договор хостинга
- 5) Смешанный договор, содержащий элементы выше перечисленных договоров

Ключ ответа/решение:

3) Договор подряда

7. Тип оценочного средства: закрытое тестовое задание

Текст оценочного средства:

1. Какая информация о товаре признается интернет-рекламой в целях ее маркировки:

1) справочно-информационные и аналитические материалы: обзоры внутреннего и внешнего рынков, результаты научных исследований и испытаний

2) информация о товарах и услугах, размещенная на официальном сайте, страницах или в социальных сетях их производителя или продавца

3) обзор нескольких товаров разных производителей в видеоролике или посте блогера

4) положительно эмоционально окрашенная информация о товаре с предложением приобрести товар, в том числе с указанием адресов магазинов

5) информация о товаре или лице, которая является составной частью общего сюжета произведения (отдельной его части) и выступает в качестве дополнительной характеристики героя или созданной ситуации (употребление и использование блогерами товаров по назначению, например, продуктов питания, одежды, посуды в видеороликах)

Ключ ответа/решение:

4) положительно эмоционально окрашенная информация о товаре с предложением приобрести товар, в том числе с указанием адресов магазинов

2. В каком случае маркетинговая акция (стимулирующее мероприятие) будет признана нарушающей действующее законодательство:

1) при отсутствии общественно-полезной цели, если мероприятие проводится в форме конкурса;

2) при формировании призового фонда из взносов покупателей, если мероприятие проводится в форме лотереи;

3) при использовании объектов интеллектуальной собственности, созданных участниками в рамках стимулирующего мероприятия;

4) во всех выше перечисленных случаях

Ключ ответа/решение:

2) при формировании призового фонда из взносов покупателей, если мероприятие проводится в форме лотереи

3. В каком случае потребитель не вправе потребовать передачи ему товара, приобретенного онлайн, на условиях указанных на сайте продавца (один или несколько правильных ответов):

1) в результате компьютерного сбоя на сайте была указана существенно заниженная цена товара

2) товар снят с производства производителем товара и товар отсутствует на складе

3) товар отсутствует на складе, но на сайте продавца указано, что товар в наличии

4) покупатель, оформивший заказ не подтвердил заказ по телефону (при наличии соответствующего условия в оферте продавца)

5) во всех выше перечисленных случаях

Ключ ответа/решение:

2) товар снят с производства производителем товара и товар отсутствует на складе

4) покупатель, оформивший заказ не подтвердил заказ по телефону (при наличии соответствующего условия в оферте продавца)

4. Какие из нижеперечисленных ситуаций можно охарактеризовать как розничную продажу товара дистанционным способом (один или несколько правильных ответов):

1) При продаже товара через сайт продавца стороны предварительно согласуют наличие необходимого количества товара и иные дополнительные условия;

2) При оформлении покупателем заказа через сайт с последующим получением товара в пункте выдачи;

3) При ознакомлении покупателя с образцами товара в помещении продавца и дальнейшем оформлении заявки на доставку товара в электронном виде;

4) При приобретении индивидуальным предпринимателем розничного товара на сайте продавца в целях не связанных с предпринимательской деятельностью;

5) Все выше перечисленные ситуации.

Ключ ответа/решение:

4) При приобретении индивидуальным предпринимателем розничного товара на сайте продавца в целях не связанных с предпринимательской деятельностью

5. В каком случае владелец агрегатора продажи товаров дистанционным способом будет нести гражданско-правовую ответственность перед покупателем за причиненные убытки (один или несколько правильных ответов):

1) в любом случае предоставления недостоверной или неполной информации о товаре (услуге) или продавце (исполнителе), на основании которой потребителем был заключен договор купли-продажи с продавцом;

2) за исполнение договора, если иное не предусмотрено соглашением между владельцем агрегатора и продавцом (исполнителем) или не вытекает из существа отношений между ними;

3) в случае предоставления недостоверной или неполной информации о товаре (услуге) или продавце (исполнителе), когда владелец агрегатора изменил информацию, предоставленную продавцом (исполнителем) и содержащуюся в предложении о заключении договора купли-продажи (договора возмездного оказания услуг);

4) в случае ненадлежащего качества товара, приобретенного покупателем, несет ответственность солидарно с продавцом;

5) за исполнение договора, если это специально предусмотрено соглашением между владельцем агрегатора и продавцом (исполнителем) или вытекает из существа отношений между ними.

Ключ ответа/решение:

3) в случае предоставления недостоверной или неполной информации о товаре (услуге) или продавце (исполнителе), когда владелец агрегатора изменил информацию, предоставленную продавцом (исполнителем) и содержащуюся в предложении о заключении договора купли-продажи (договора возмездного оказания услуг);

5) за исполнение договора, если это специально предусмотрено соглашением между владельцем агрегатора и продавцом (исполнителем) или вытекает из существа отношений между ними.

8. Тип оценочного средства: практическая задача

Текст оценочного средства:

1. Цифровая платформа по онлайн-бронированию средств размещения (далее – Цифровая платформа) включила в типовое соглашение с владельцем средства размещения обязательное условие о паритете цен. Данное условие предполагает, что владелец средства размещения принимает на себя обязательство предоставлять цифровой платформе наилучшие условия, а именно:

- наименьшую цену на номер;

- наибольшее количество доступных номеров для бронирования;
- наилучшие номера для бронирования;
- наилучшие условия отмены бронирования.

Соблюдение условия о паритете цен является обязательным, если средство размещения хочет быть представлено на соответствующей платформе по онлайн-бронированию.

Согласно условию о паритете цен средство размещения не может установить цену на свои услуги на платформах - конкурентах Цифровой платформы ниже, чем на Цифровой платформе. Более того, на своём собственном сайте средство размещения не может установить цену на свои услуги ниже, чем на Цифровой платформе. Средство размещения также должно соблюдать условие о паритете цен в отношении офлайн-туроператоров и турагентств.

Подготовьте устную консультацию. Прокомментируйте ситуацию с точки зрения положений антимонопольного законодательства. Правомерно ли условие договора о паритете цен?

Ключ ответа/решение:

Условие о паритете цен содержит в себе признаки злоупотребления доминирующим положением, а именно - навязывание контрагенту невыгодных условий договора. Необходимо обратиться к п. 3 ч. 1 ст. 10 Закона о защите конкуренции, а также к антимонопольной практике по аналогичным делам. Например, Решение Федеральной антимонопольной службы от 21 декабря 2020 г. N 11/01/10-41/2019. Невыгодность выше указанных условий договора заключается в необходимости обязательного предоставления и соблюдения паритета цен и номеров, а также условий взаимодействия с закрытыми группами пользователей. Нарушение хозяйствующим субъектом пункта 3 части 1 статьи 10 Закона о защите конкуренции влечет за собой выдачу ему предупреждения в письменной форме о прекращении действий (бездействия), которые содержат признаки нарушения антимонопольного законодательства, в соответствии со статьей 39.1 Закона о защите конкуренции. А в случае невыполнения предупреждения в установленный срок при наличии признаков нарушения антимонопольного законодательства антимонопольный орган обязан принять решение о возбуждении дела о нарушении антимонопольного законодательства. Спорным является вопрос, способны ли агрегаторы оказать существенное влияние на границы продуктового рынка (рынка оказания услуг), поскольку агрегаторы предоставляют преимущественно информационные услуги на своих платформах (бронирование средств размещения, проведение денежных транзакций, онлайн маркетинг средств размещения и т. д.). Продуктовые границы товарного рынка определяются как рынок услуг агрегаторов информации о средствах размещения. Агрегаторы, напрямую взаимодействующие со средствами размещения, получают от них вознаграждение в виде комиссии, пропорциональной сумме бронирования. Пользующиеся спросом у пользователей в поиске и сравнении средств размещения между собой, агрегаторы занимают центральное место для средств размещения, так как обеспечивают гостиницам видимость в сети "Интернет" среди огромного количества пользователей агрегаторов по всему миру. Таким образом, агрегаторы информации о средствах размещения одновременно с услугами по бронированию средств размещения предоставляют потребителям услуги по сравнению средств размещения с целью выбора оптимального варианта, а самим средствам размещения возможность продвижения (маркетинговые услуги) своих гостиничных услуг за счет охвата максимальной аудитории агрегатора. Средство размещения (гостиница, хостел, мотель, комплекс апартаментов или другое средство размещения в соответствии с Федеральным законом от 24.11.1996 № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации») может заключить Договор только в случае, если соглашается и принимает Условия, в том числе, условия о предоставлении паритета цен и номеров на свои гостиничные услуги. Условие о паритете

цен может приводить к тому, что средства размещения не могут устанавливать цены на свои услуги на одном агрегаторе ниже, чем на другом, и не имеют возможности предложить лучшие цены на свои услуги другим третьим лицам для распространения как онлайн, так и оффлайн. То же касается и паритета наличия номеров. Эти условия могут ограничивать для новых игроков рынка услуг агрегаторов информации о средствах размещения возможность конкурировать с агрегатором в части цены и количества номеров, предлагаемых средствами размещения на платформе (сайте) нового агрегатора как онлайн, так и оффлайн, так как независимо от собственных действий таких агрегаторов по предоставлению лучших условий взаимодействия для средств размещения, например, уменьшения размера комиссии, они при этом не могут предложить лучшие условия для бронирования конечному потребителю, и как следствие, ограничены в возможности привлечения новых пользователей на свою платформу.

ЧАСТЬ 3. *(не публикуется)*