Научная статья
УДК 347.451 © А. В. Васильева
DOI: 10.24412/2225-8264-2025-1-945

ПРАВА ПОТРЕБИТЕЛЯ ПРИ ТРАНСГРАНИЧНЫХ ОНЛАЙН-ПОКУПКАХ
(НА ПРИМЕРЕ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВОЙ ПЛОЩАДКИ «ALIBABA.COM» («ALIEXPRESS.COM»))

Васильева А. В.[1]

Ключевые слова: маркетплейс, розничная торговля, дистанционная торговля, агрегатор информации о товарах (услугах), права потребителя, Aliexpress.com, «АлиЭкспресс»

Keywords: marketplace, retail, distance trading, aggregator of information about goods (services), consumer rights, Aliexpress.com

Аннотация. *В статье рассмотрен вопрос реализации прав потребителей в рамках розничной торговли на международных электронных площадках на примере Alibaba.com (Aliexpress.com). Предметом изучения выступает современное состояние гражданского законодательства в области защиты прав потребителей на международных площадках (в том числе при совершении трансграничных покупок).*
Отмечается, защита прав потребителей в трансграничной розничной торговле обладает определенными особенностями, а сами такие сделки несут для потребителя дополнительные риски. Рассматриваются особенности взаимодействия площадки, продавца и покупателя на площадке Alibaba.com (Aliexpress.com) и судебная практика по отдельным спорам в связи с таким взаимодействием. Констатируется, что на настоящий момент практика торговли через данную площадку не в полной мере соответствует нормам законодательства РФ.

[1]**Васильева Александра Вадимовна** — кандидат исторических наук, доцент факультета очного обучения, Сибирский институт бизнеса и информационных технологий (Россия, г. Омск, ул. 24 Северная, д. 196, корп. 1)
E-mail: sferichesky.kon@yandex.ru.

Поступила в редакцию: 2.02.2025

CONSUMER RIGHTS WHEN CROSS-BORDER ONLINE PURCHASES
(BASED ON THE EXAMPLE OF THE ELECTRONIC TRADE PLATFORM «ALIBABA.COM» («ALIEXPRESS.COM»))

Alexandra V. Vasilyeva
Candidate of Historical Sciences, Siberian Institute of Business and Information Technologies

Abstract. *The article examines the issue of implementing consumer rights in the context of retail trade on international electronic platforms (using Alibaba.com (Aliexpress.com) as an example). The subject of the study is the current state of civil legislation in the field of consumer protection on international platforms (including when making cross-border purchases). It is noted that consumer protection in cross-border retail trade has certain features, and such transactions themselves carry additional risks for the consumer. The article examines the features of interaction between the platform, seller and buyer on the Alibaba.com (Aliexpress.com) platform and judicial practice in individual disputes related to such interaction. It is stated that at present the practice of trading through this platform does not fully comply with the norms of Russian legislation.*

Практика по защите (как в судебном, так и во внесудебном порядке) прав потребителей и разрешению возникших потребительских споров в электронной коммерции (прежде всего на маркетплейсах) при купле-продаже на территории Российской Федерации уже достаточно развита. Формируется более или менее единое пространство, в котором существуют единообразные представления о порядке разрешения споров по основным вопросам защиты прав при заключении договоров купли-продажи дистанционным образом и в процессе исполнения таких договоров. Любой российский потребитель, решая совершить покупку онлайн, более или менее понимает, какими правами обладает и как будет проходить сделка. Это единообразное поле было сформировано, с одной стороны, решениями российских судов, с другой — собственным опытом российских маркетплейсов и заимствованием организационных приемов зарубежных торговых площадок.

Хотя исторически первым маркетплейсом современного типа был «Amazon», однако на развитие маркетплейсов в РФ в более значительной степени повлиял «АлиЭкспресс» (российское подразделение «Alibaba.com», далее — синонимы), который был первым популярным и доступным для российских потребителей зарубежным маркетплейсом. Он по-прежнему остается одним из лидеров рынка электронной коммерции в России и в некотором роде до сих пор «задает тон» в организации розничной торговли через сеть «Интернет».

Кроме того, большинство покупок на «АлиЭкспресс» являются трансграничными, то есть такими сделками, при которых «перевод денежных средств, при осуществлении которого плательщик либо получатель средств находится за пределами Российской Федерации, и перевод денежных средств, при осуществлении которого плательщика или получателя средств обслуживает иностранный банк» [1, п. 13 ст. 3]. Понятно, что такие сделки организационно более сложные, и это порождает дополнительные ситуации нарушения прав потребителя [2].

Однако способы разрешения возникающих споров в рамках трансграничной торговли куда более неоднозначны. Это связано с несколькими обстоятельствами:

1) требования к форме и порядку совершения трансграничных сделок розничной купли-продажи могут отличаться в законодательствах разных государств; национальные законодательства разных государств не единообразны отличаются той или иной степенью уникальности подходов к разрешению однотипных споров; международное законодательство не всегда имеет четко выраженные позиции по таким спорам;

2) трансграничная торговля может осуществляться разными способами: товар пересекает границы государств после заключения сделки либо находится на складе в РФ и при этом принадлежит зарубежному продавцу.

3) позиции национальных судов по таким спорам могут быть противоречивы; подведомственность и подсудность споров могут оцениваться по-разному.

Кроме того, сами по себе потребительские споры в сфере онлайн-торговли могут быть разделены на группы споров в отношении потребительских свойств товаров (передан не тот товар или товар с заводскими изъянами) и в отношении нарушений, связанных с доставкой товаров (нарушение сроков, порядка доставки, повреждения в процессе доставки и т.д.).

На сегодняшний день международное законодательство четко определяет понятие «потребитель» и устанавливает за ним определенные права, которые возникают в результате заключения сделок на приобретение товаров и услуг у лиц, обладающих статусом предпринимателей или эквивалентными статусами в соответствии с национальными правовыми системами. Это законодательство направлено на защиту интересов потребителей, которые могут быть уязвимы в процессе покупки, учитывая асимметрию информации и силы между ними и продавцами. Одним из ключевых документов в этой области является «Руководство по защите прав потребителей» [3], разработанное Конференцией ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД). Это руководство основано на «Руководящих принципах ООН для защиты интересов потребителей» [4], которые были приняты в 1985 году и с тех пор служат основой для формирования национальной политики в области защиты прав потребителей. Руководство ЮНКТАД представляет собой своего рода международное справочное пособие, которое направлено на развитие потенциала стран для эффективной защиты интересов потребителей [3, Предисловие]. «Руководство» предлагает наиболее общее понятие «потребителя», под которым понимается исключительно физическое лицо, которое, «независимо от его гражданства, действует в первую очередь в целях удовлетворения личных, семейных или домашних нужд» [там же]. В нем же обозначено, что основной причиной закрепления за потребителем особых прав является фактическое неравенство переговорных возможностей между ним и продавцом товара при заключении потребительских сделок в ситуациях, когда со стороны продавца покупателю в готовом виде предлагаются все условия договора и не позволяется вносить в них свои коррективы [3, с. 4]. Следует признать, что это неравенство особенно заметно при обезличенном взаимодействии: то есть тогда, когда договор купли-продажи осуществляется через электронные платформы, на которых покупатель не взаимодействует с продавцом напрямую (в том числе чаще всего на его вопросы и жалобы отвечает не сам продавец, а представитель площадки) и не может повлиять на конкретное содержание и фактический порядок исполнения этого договора.

В целом в «Руководящих принципах» закреплены вполне универсальные, привычные потребителю РФ права на безопасность и качество товара; на информацию и о товаре, и порядке защиты своих прав; право на свободный выбор товара. Отдельно ими установлено, что потребители имеют право на доступ к информации, необходимой для обоснованного и разумного выбора товара, поэтому информация о товаре должна соответствовать индивидуальным запросам и потребностям. Отдельно отмечается, что одним из прав с появлением онлайн-торговли является обеспечение защиты потре-

бителей в сфере электронной торговли на уровне не ниже того, который обеспечивается применительно к другим формам торговли» является обеспечение защиты потребителей в сфере электронной торговли на уровне не ниже того, который обеспечивается применительно к другим формам торговли [4, п. j ст. 5].

Учитывая статус этого правового акта как международного, потребитель вполне вправе ожидать от продавцов другого государства при трансграничной купле-продаже, что тот будет признавать за ним эти права и способствовать их соблюдению.

Рассмотрим, как регулируются отношения по поводу соблюдения прав потребителей самой площадкой электронной торговли «Alibaba.com» в добровольном порядке (то есть силами самой площадки), и каких позиций придерживаются российские суды.

Статус Alibaba.com (Aliexpress.com) как информационного посредника

В российской судебной практике в большинстве споров признается, что маркетплейс обладает статусом информационного посредника — то есть он сам не производит и не вводит в гражданский оборот продукцию [5].

Эта же позиция заявлена и в «Пользовательском соглашении о разрешении споров в отношении товаров, реализуемых на Платформе aliexpress.ru» [6, п. 7.1]: Aliexpress.com не представляет ни продавцов, ни покупателей по конкретным сделкам, поэтому не контролирует и не несет ответственность за качество, безопасность, законность или доступность продуктов или услуг, предлагаемых для продажи на этой платформе.

Российские суды также признают за этим маркетплейсом статус информационного посредника [7]. В рамках потребительских споров суды придерживаются той же позиции: «суд приходит к выводу о том, что АлиЭкспресс Сингапур оказывает посредническую услугу технического характера — предоставляет продавцам возможность размещать информацию (объявления), а покупателям — возможность доступа к объявлениям. То есть эта услуга ограничивается созданием для продавца и потенциального покупателя информационной среды, в которой у продавца и потенциального покупателя возникает возможность реализации товара путем заключения прямого договора купли-продажи товаров между собой» [8]. Таким образом, сформулировано определение основной услуге, оказываемой площадкой — *это создание информационного пространства, в рамках которого у продавца и покупателя возникает возможность заключать договоры купли-продажи напрямую*.

Хотя сам по себе «Aliexpress.com» не выступает ответчиком по потребительским спорам, это не означает, что он полностью снимает с себя обязанность создания условий для соблюдения прав потребителей.

Модели взаимодействия продавца и покупателя на платформе Aliexpress.com

Кроме общих логистических моделей взаимодействия продавца и маркетплейса (FBO (для Aliexpress.com, соответственно, FBA), FBS и DBS), которые реализуются платформой, конкретные модели реализуются в зависимости от того, кто выступает продавцом и где территориально располагается производств (склад) продавца.

В частности, долгое время продавцы из России не могли воспользоваться услугой хранения товара на складских помещениях маркетплейса (FBA), поскольку на территории РФ их просто не было. Однако с появлением локального отделения (площадка располагается по адресу www.tmall.ru и называется «Интернет-магазин Tmall») эта опция стала доступна и и продавцам из РФ. Однако модель FBS (Fulfillment by Seller) по-прежнему является стандартной и достаточно популярной среди продавцов на «Alibaba» и «AliExpress». В этой модели товары хранятся у продавца, который отвечает за упаковку и отправку после получения заказа. Это позволяет продавцам иметь больший контроль над процессом доставки и запасы товаров. При этом на территории Китая товар доставляется собственной системой доставки и множеством разных частных перевозочных компаний, на территории России продавцу (в том числе китайскому) доступны два основных способа доставки: с помощью «Почты России» до почтового отделения или логистической компанией-партнером «Aliexpress» — «Cainiao Smart Logistics Network Limited» («Цайняо») до постамата. В некоторых случаях продавцы товаров заключают дополнительные соглашения с иными грузоперевозчиками, то есть избирают модель DBS, при которой сами организуют доставку заказанных товаров. Выбор способа доставки в таком случае зависит от предпочтений покупателя и предлагаемых вариантов при оформлении заказа. Немаловажным фактором выбора является стоимость доставки.

Установление границ прав потребителей в рамках торговли на Aliexpress.com

Рассмотрим степень признания платформой Aliexpress.com основных потребительских прав и конкретные инструменты, которые были ею внедрены для их защиты.

Информация о продавце и товаре. Учитывая общее пространство платформы, количество продавцов и товаров на ней, Aliexpress.com уведомляет, что, несмотря на усилия платформы по обеспечению безопасности, пользователи должны проявлять осторожность и использовать здравый смысл при взаимодействии с другими пользователями и самими товарами. Это включает в себя проверку информации о продавце, чтение отзывов и оценок, а также осмотрительность при совершении платежей [6, п. 7.2]. Тем не менее, пунктом 7.5 «Пользовательского соглашения» Aliexpress.com закрепляет за собой право запрашивать у пользователей необходимую юридическую информацию о продавце и конкретных товарах, а при непредоставлении — блокировать профиль и карточки товаров.

В целом платформа довольно подробно перечисляет неблагоприятные последствия для покупателей, за риски возникновения которых ответственность не несет: «непредставление продукции и услуг, мошеннические схемы, неудовлетворительное качество товара, несо-

ответствие техническим характеристикам, дефектные или опасные продукты, незаконные продукты, задержка или невыполнение доставки или оплаты, неверные расчеты стоимости, нарушение гарантии, нарушение контракта, транспортные инциденты» и т. д. [6, п. 7.3].

Суды в спорах, касающихся недостоверной информации о товарах, продаваемых через «Алиэкспресс», в целом согласны с этой позицией: «Владелец агрегатора не несет ответственность за убытки, причиненные потребителю вследствие предоставления ему недостоверной или неполной информации о товаре (услуге), в случае, если владелец агрегатора не изменяет информацию о товаре (услуге), предоставленную продавцом (исполнителем) и содержащуюся в предложении о заключении договора купли-продажи (договора возмездного оказания услуг)» [9].

Передача товара покупателю и сроки доставки товара. Поскольку платформа неоднократно подчеркивает, что не является стороной договора купли-продажи, то, в соответствии с принципом работы площадки, покупатель заключает договор розничной купли-продажи с продавцом товара в момент, когда делает на сайте заказ. *При этом сам Aliexpress.com считает обязательства продавца перед покупателем возникшими с момента, когда товар был оплачен.* Напротив, российское законодательство предлагает правило, по которому «обязательства продавца при дистанционной торговле возникают с момента получения им сообщения потребителя о намерении заключить такой договор» (однако в оферте продавца разрешено определять этот момент иначе) [10, п. 13]. По всей видимости, Aliexpress.com исходит из позиции учета не только интересов покупателя, но и продавца: при трансграничной торговле стоимость пересылки товара и его обратной пересылки в случае, если покупатель «передумает», может стоить дороже самого пересылаемого товара.

Вытекающая из этой позиции площадки норма, прямо противоречащая российскому законодательству и позиции российских судов, закреплена в п. 7.7 «Пользовательского соглашения» [6]. Она предполагает право продавца отказаться от сделки в одностороннем порядке, если товара нет на складе или он не может быть доставлен в место, указанное покупателем. Площадка определяет, что обязательства продавца по передаче товара возникают с момента оплаты покупателем заказа только в том случае если в течение времени сборки покупатель не получил информацию о невозможности отправки. Соответствующая пометка появляется в личном кабинете покупателя, а на его счет возвращается уплаченная сумма [там же].

Как уже говорилось выше, в российском законодательстве установлено, что обязательства продавца по передаче товара покупателю возникают либо от момента, когда покупатель сделал заказ, либо от момента, когда он оплатил товар. При этом односторонний отказ от исполнения обязательства не допускается (п. 1 ст. 310 ГК РФ). В подобных ситуациях суды однозначно встают на сторону покупателя, даже если продавец тут же возвратил уплаченную сумму: «Сам по себе возврат уплаченных за товар денежных средств не является основанием, предусмотренным законом, для отказа от исполнения обязательства» [11]. Также суды признают такое условие в пользовательских соглашениях и иных правилах пользования маркетплейсов недействительным: «заключение договора ведёт к необходимости его исполнения» (ст.ст. 309, 310 Гражданского кодекса Российской Федерации) [12].

В отношении AliExpress российские суды в целом придерживаются тех же позиций, в том числе и в ситуациях, когда покупатель приобрел определенное количество единиц однотипного товара, но доставлена ему была только часть [13].

Что касается права покупателя в любой момент до получения товара отказаться от него, а после получения товара надлежащего качества возвратить его продавцу в течение семи дней (ст. 26.1 Закона РФ от 7 февраля 1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей», далее — ЗоЗПП), то фактически площадка за покупателем такого права не закрепляет, оставляя эту возможность на усмотрение конкретных продавцов. В таком случае на странице товара будет размещена пометка о том, что товар можно вернуть в течение определенного срока. Отмена заказа до момента фактического получения товара только в том случае, если продавец не успел его отправить. Если отмена произошла позже, чем через 30 минут после оформления заказа, «продавец получает запрос покупателя об отмене заказа в Личном кабинете Продавца и должен подтвердить или отклонить его в течение 48 часов с момента получения». Кроме того, «стоимость Доставки Товара из отменного Заказа подлежит удержанию и не возвращается покупателю» [14, п. 3.1.2]

Возврат товара ненадлежащего качества возможен только в случае, если при возникновении спора продавец согласится с тем, что товар обладает недостатками. При этом возврат товара даже в этом случае может быть возложен на покупателя и за его счет (опять же по усмотрению продавца или по решению «Арбитража АлиЭкспресс» покупателю могут предложить оплатить обратную отправку товара ненадлежащего качества без дальнейшего возмещения этой суммы).

Разрешение споров инструментами Aliexpress в добровольном порядке. В целях соблюдениям прав потребителя и упрощения процедуры их защиты на маркетплейсе функционирует так называемый «Арбитраж АлиЭкспресс», который помогает продавцам и покупателям урегулировать претензии и разногласия в отношении заключения, выполнения или прекращения заказов, размещенных на платформе при поставке на территорию РФ [14, п. 1.9.]. В объяснении процедуры такого арбитража «Aliexpress» указывает, что вправе привлечь третьих лиц к разрешению спора, что должно повысить объективность при разрешении конфликтов.

Основными методами защиты прав потребителя силами платформы при обнаружении недостатков товара являются полный или частичный возврат стоимости товара покупателю [там же, п. 3.3.3.] Нужно отметить, что российское законодательство предлагает более широкий спектр возможных требований потребителя в указанной ситуации: кроме возврата денежных средств он может потребовать ремонт товара, его заме-

ну на аналогичный, в том числе другой марки с доплатой или возвратом разницы в цене и т.д. (ст. 18 ЗоЗПП). Однако возможности выбора этих вариантов площадка AliExpress покупателю не предлагает.

Таким образом, мы видим, что особенности трансграничной торговли в розницу через маркетплейсы определяют некоторые специфические черты работы таких электронных площадок. Хотя международные стандарты в области защиты прав предполагают, что в электронной торговле потребитель должен обладать тем же объемом прав, что и в стандартных договорах розничной торговли, следует констатировать, что трансграничные маркетплейсы ограничивают покупателей в их правах с учетом интересов продавцов, а также уменьшают для них количество способов защиты своих прав во внесудебном порядке. Тем не менее, очевидные выгоды пользования маркетплейса AliExpress делают эту площадку одним из популярных мест розничной электронной торговли для покупателей из России.

Список источников

1. Федеральный закон от 27 июня 2011 г. № 161-ФЗ (ред. от 23.11.2024) «О национальной платежной системе». URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_115625/ (дата обращения: 31.01.2025).

2. Яо Биюй. Сделка, заключаемая с использованием онлайн-платформ, как правовое явление в Российской Федерации и Китайской Народной Республике // Юрист. 2022. № 4. С. 28–33.

3. Руководство по защите прав потребителей Конференции Организации Объединенных Наций по торговле и развитию (ЮНКТАД). URL: https://unctad.org/system/files/official-document/ditccplp2017d1_ru.pdf (дата обращения: 31.01.2025).

4. Руководящие принципы Организации объединенных наций для защиты интересов потребителей. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/ditccplpmisc2016d1_ru.pdf (дата обращения: 31.01.2025).

5. Постановление Суда по интеллектуальным правам от 26 мая 2020 г. № С01-131/2020 по делу № А40-133459/2019. URL: https://kad.arbitr.ru/Card/7500131d-7c5b-427d-82cd-65fdc6319bf5 (дата обращения: 31.01.2025).

6. Пользовательское соглашение (в редакции от 23 декабря 2024 г.). URL: https://business.aliexpress.ru/legal-docs/article/aer_ru_membership_agreement (дата обращения: 31.01.2025).

7. Определение Верховного суда РФ от 5 июля 2022 г. по делу № А40-77522/2021. URL: https://sudact.ru/vsrf/doc/zaEwvjCfOVQ8/ (дата обращения: 31.01.2025).

8. Решение Ленинского районного суда г. Ульяновска (Ульяновская область) № 2-2714/2023 2-2714/2023~М-2160/2023 от 21 июня 2023 г. по делу № 2-2714/2023. URL: https://sudact.ru/regular/doc/Uc8DAR0Wpygm/ (дата обращения: 31.01.2025).

9. Определение Шестого кассационного суда общей юрисдикции по делу №8Г-20413/2023 [88-21868/2023] от 26.09.2023. URL: http://6kas.sudrf.ru/modules.php?name=sud_delo&srv_num=1&name_op=case&case_id=4898836&case_uid=64fde40b-bf2d-427c-b067-2916d6b760e2&delo_id=2800001&new=2800001 (дата обращения: 31.01.2025).

10. Постановление Правительства РФ от 31 декабря 2020 г. № 2463 (ред. от 17.05.2024) «Об утверждении Правил продажи товаров по договору розничной купли-продажи, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование потребителя о безвозмездном предоставлении ему товара, обладающего этими же основными потребительскими свойствами, на период ремонта или замены такого товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих обмену, а также о внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации». URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_373622/ (дата обращения: 31.01.2025).

11. Определение Верховного Суда РФ по делу № 7-КГ23-4-К2 от 5 сентября 2023 г. URL: https://vsrf.ru/lk/practice/stor_pdf/2289832 (дата обращения: 31.01.2025).

12. Определение Верховного Суда РФ № 16-КГ23-6-К4 от 6 июня 2023 г. URL: https://vsrf.ru/lk/practice/cases/11704772 (дата обращения: 31.01.2025).

13. Решение Ворошиловского районного суда г. Ростова-на-Дону по делу № 2-4717/2023 от 18 декабря 2023 г. URL: https://судебныерешения.рф/79995729 (дата обращения: 31.01.2025).

14. Пользовательское соглашение о разрешении споров в отношении товаров, реализуемых на платформе AliExpress.ru. URL: https://business.aliexpress.ru/legal-docs/article/aer-dispute-policy (дата обращения: 31.01.2025).

References

1. Federal Law of June 27, 2011 No. 161-FZ (as amended on November 23, 2024) «On the National Payment System». URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_115625/.

2. Yao Biyu. A transaction concluded using online platforms as a legal phenomenon in the Russian Federation and the People's Republic of China. *Jurist = Lawyer.* 2022; 4: 28-33. (In Russ.).

3. Consumer Protection Guidelines of the United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). URL: https://unctad.org/system/files/official-document/ditccplp2017d1_ru.pdf (accessed on January 31, 2025). 4. United Nations Guidelines for Consumer Protection. Available at: https://unctad.org/system/files/official-document/ditccplpmisc2016d1_ru.pdf.

5. Resolution of the Intellectual Property Court of 26 May 2020 No. C01-131/2020 in case No. A40-133459/2019. Available at: https://kad.arbitr.ru/Card/7500131d-7c5b-427d-82cd-65fdc6319bf5.

6. User Agreement (as amended on 23 December 2024). URL: https://business.aliexpress.ru/legal-docs/article/aer_ru_membership_agreement.

7. Determination of the Supreme Court of the Russian Federation of July 5, 2022 in case No. A40-77522/2021. URL: https://sudact.ru/vsrf/doc/zaEwvjCfOVQ8/.

8. Decision of the Leninsky District Court of Ulyanovsk (Ulyanovsk Region) No. 2-2714/2023 2-2714/2023~M-2160/2023 of June 21, 2023 in case No. 2-2714/2023. URL: https://sudact.ru/regular/doc/Uc8DAR0Wpygm/.

9. Determination of the Sixth Cassation Court of General Jurisdiction in case No. 8G-20413/2023 [88-21868/2023] dated 26.09.2023. URL: http://6kas.sudrf.ru/modules.php?name=sud_delo&srv_num=1&name_op=case&case_id=4898836&case_uid=64fde40b-bf2d-427c-b067-2916d6b760e2&delo_id=2800001&new=2800001.

10. Resolution of the Government of the Russian Federation of December 31, 2020 No. 2463 (as amended on May 17, 2024) «On approval of the Rules for the sale of goods under a retail sale and purchase agreement, a list of durable goods that are not subject to the consumer's requirement for the free provision of a product with the same basic consumer properties for the period of repair or replacement of such a product, and a list of non-food products of proper quality that are not subject to exchange, as well as on amendments to certain acts of the Government of the Russian Federation.» URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_373622/ (date of access: January 31, 2025). 11. Ruling of the Supreme Court of the Russian Federation in case No. 7-KG23-4-K2 dated September 5, 2023. URL: https://vsrf.ru/lk/practice/stor_pdf/2289832.

12. Ruling of the Supreme Court of the Russian Federation No. 16-KG23-6-K4 dated June 6, 2023. URL: https://vsrf.ru/lk/practice/cases/11704772.

13. Decision of the Voroshilovsky District Court of Rostov-on-Don in case No. 2-4717/2023 dated December 18, 2023. URL: https://субедныерешения.рф/79995729.

14. User Agreement on Dispute Resolution Regarding Products Sold on the AliExpress.ru Platform. URL: https://business.aliexpress.ru/legal-docs/article/aer-dispute-policy.