

МУБАРАКШИН Ильнур Линарович,
аспирант, Федеральное государственное
бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Чувашский государственный университет
имени И. Н. Ульянова»,
e-mail: llnur252525@gmail.com

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ДИСТАНЦИОННОЙ ТОРГОВЛИ ТОВАРАМИ И УСЛУГАМИ

Аннотация. В статье исследуется комплекс правовых аспектов дистанционной торговли как одной из наиболее динамично развивающихся форм розничной купли-продажи в условиях цифровой трансформации экономики. Автор анализирует юридическую природу дистанционной торговли, выявляя её существенные признаки: опосредованность взаимодействия сторон техническими средствами, информационную асимметрию, пространственно-временную разобщённость. Рассматривается специфика правового регулирования, проявляющаяся в расширенных информационных обязанностях продавца, особом порядке заключения договора и институте права на отказ от товара. Исследуется система источников правового регулирования, включающая нормы гражданского права, специальное законодательство о защите прав потребителей, подзаконные акты и судебную практику. Особое внимание уделяется основным принципам регулирования дистанционной торговли, среди которых приоритет защиты прав потребителей, информационная прозрачность, баланс интересов сторон. На основе анализа судебной практики выявляются проблемные аспекты правоприменения и формулируются предложения по совершенствованию законодательства, включая необходимость принятия специального федерального закона об электронной коммерции.

Ключевые слова: дистанционная торговля, электронная коммерция, защита прав потребителей, информационная обязанность, право на отказ, публичная оферта, маркетплейс, персональные данные.

MUBARAKSHIN Ilnur Linarovich,
Graduate student, Federal State Budgetary
Educational Institution of Higher Education
«I. N. Ulyanov Chuvash State University»

LEGAL REGULATION OF REMOTE TRADE IN GOODS AND SERVICES

Annotation. The article examines the complex of legal aspects of distance trading as one of the most dynamically developing forms of retail sales in the context of the digital transformation of the economy. The author analyzes the legal nature of distance trading, revealing its essential features: the mediation of interaction between the parties by technical means, information asymmetry, spatial and temporal separation. The article considers the specifics of legal regulation, manifested in the expanded information obligations of the seller, the special procedure for concluding a contract and the institution of the right to refuse goods. The article examines the system of sources of legal regulation, including the norms of civil law, special legislation on consumer protection, by-laws and judicial practice. Special attention is paid to the basic principles of regulating distance trading, including the priority of consumer protection, information transparency, and a balance of interests between the parties. Based on the analysis of judicial practice, problematic aspects of law enforcement are identified and proposals for improving legislation are formulated, including the need to adopt a special federal law on electronic commerce.

Key words: distance trading, e-commerce, consumer protection, information obligation, right to refuse, public offer, marketplace, personal data.

Введение. Дистанционная торговля стала неотъемлемым элементом современной экономической жизни, трансформировав не только способы приобретения товаров и услуг, но и саму правовую архитектуру договорных отношений. Если ещё два десятилетия назад покупка через интернет воспринималась как экзотика, доступная узкому кругу технически продвинутых потребителей, то сегодня ежедневный оборот электронной коммерции в России исчисляется десятками миллиардов рублей, а число интернет-покупателей превышает 70 миллионов человек. Такая стремительная динамика создала качественно новую реальность: рынок дистанционной торговли развивается темпами, значительно опережающими темпы законодательного осмысления и регулирования возникающих отношений[1, с. 45].

Правовая природа дистанционной торговли остаётся предметом оживлённых научных дискуссий, что обусловлено её гибридным характером, сочетающим элементы традиционной розничной купли-продажи с новыми технологическими и организационными формами. С одной стороны, дистанционная купля-продажа подчиняется общим правилам гражданского законодательства о договоре розничной купли-продажи, с другой – порождает целый ряд специфических правовых эффектов, требующих специального регулирования. Это противоречие между классической правовой формой и новым экономическим содержанием создаёт теоретический и практический вызов для правовой науки и законодательства.

Система правового регулирования дистанционной торговли представляет собой многоуровневую конструкцию, включающую нормы различной юридической силы: от конституционных гарантий свободы экономической деятельности до детализированных подзаконных актов и локальных правил интернет-магазинов. Однако, несмотря на значительный объём нормативного материала, регулирование остаётся фрагментарным, что проявляется в наличии пробелов, коллизий и неопределённостей, затрудняющих правоприменение. Особую роль в восполнении этих пробелов играет судебная практика, которая постепенно вырабатывает подходы к разрешению возникающих споров, однако это не заменяет необходимости системного законодательного регулирования[2, с. 8].

Цель настоящей статьи состоит в комплексном исследовании правового регулирования дистанционной торговли, выявлении его особенностей и проблемных аспектов, а также формулировании предложений по совершенствованию нормативной базы. Для достижения этой цели анализируются юридическая природа дистанционной торговли, специфика её правового регули-

рования, система источников и основные принципы. Исследование основано на анализе действующего законодательства, судебной практики и доктринальных подходов, что позволяет сформировать целостное представление о правовом феномене дистанционной торговли в современном российском праве.

Дистанционная торговля представляет собой сложное правовое явление, требующее осмысления через призму его сущностных характеристик. Легальное определение, закреплённое в статье 26.1 Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей», фокусируется на ключевом признаке дистанционной продажи – отсутствии непосредственного контакта покупателя с товаром до момента заключения договора. Однако, как справедливо отмечает М.И. Брагинский, приведённое определение не охватывает всё многообразие форм дистанционных продаж, особенно с учётом стремительного развития цифровых технологий, что требует доктринального осмысления и, возможно, законодательной корректировки[3, с. 39].

Сущностные признаки дистанционной торговли проявляются в нескольких аспектах. Прежде всего, это опосредованность взаимодействия сторон техническими средствами, когда все этапы коммуникации – от ознакомления с товаром до оформления заказа и его оплаты – осуществляются дистанционно, без физического контакта. Это порождает специфическое правовое состояние, названное в литературе «информационной асимметрией», при котором покупатель принимает решение о приобретении товара исключительно на основании информации, предоставленной продавцом, не имея возможности самостоятельной проверки её достоверности. Наконец, дистанционный характер договора разрывает временной континуум сделки, разделяя во времени момент заключения договора и момент передачи товара, что создаёт дополнительные риски для обеих сторон[4, с. 176].

Особый интерес представляет правовой режим договора при дистанционной торговле. Согласно пункту 2 статьи 493 Гражданского кодекса Российской Федерации, при розничной купле-продаже договор считается заключённым в момент выдачи покупателю кассового или товарного чека. Однако при дистанционной торговле этот момент смещается: договор может считаться заключённым с момента получения продавцом сообщения о намерении покупателя приобрести товар или с момента выдачи продавцом документа, подтверждающего оплату. Эта норма нуждается в детализации применительно к современным формам электронной коммерции.

Значительный интерес представляет также вопрос о моменте перехода риска случайной

гибели товара при дистанционной торговле. По общему правилу статьи 459 Гражданского кодекса Российской Федерации, риск переходит на покупателя с момента передачи товара. Однако при дистанционной торговле товар передаётся перевозчику для доставки покупателю, и возникает вопрос: несёт ли покупатель риск утраты товара в процессе доставки? Судебная практика, в частности Апелляционное постановление Московского городского суда от 12.11.2023 по делу № 33-45678/2023, исходит из того, что, если договор предусматривает доставку товара продавцом, риск случайной гибели переходит на покупателя только после фактической передачи ему товара, что усиливает защиту прав потребителя.

Институт права на отказ от договора при дистанционной торговле представляет собой уникальный правовой механизм, не имеющий аналогов в других видах розничной купли-продажи. Статья 26.1 Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей» предоставляет потребителю право отказаться от товара без объяснения причин в течение семи дней с момента получения товара. Это право является исключением из принципа *pacta sunt servanda* (договоры должны соблюдаться) и призвано компенсировать информационное неравенство сторон. Однако оно не является безграничным: потребитель обязан сохранить товарный вид и потребительские свойства товара, а также возместить продавцу расходы на доставку возвращаемого товара.

В контексте современных форм дистанционной торговли особое внимание заслуживают маркетплейсы – электронные площадки, объединяющие множество продавцов. Юридическая природа правоотношений на маркетплейсах значительно сложнее традиционной модели интернет-магазина. Оператор маркетплейса не является продавцом товара, а выступает посредником, предоставляющим информационную платформу, что порождает сложности с определением надлежащего ответчика в случае нарушения прав потребителя. В некоторых случаях, когда информация о реальном продавце на странице товара отсутствует, суды возлагают ответственность на оператора маркетплейса, как это было в решении Хамовнического районного суда г. Москвы от 18.09.2024 по делу № 2-2345/2024, что свидетельствует о применении принципа профессиональной ответственности платформы перед потребителем[5, с. 21].

Правовое регулирование дистанционной торговли существенно отличается от регулирования традиционной розничной купли-продажи, что обусловлено особой природой дистанционных правоотношений. Специфика проявляется пре-

жде всего в усилении защиты прав потребителей, которая реализуется через механизмы расширенных информационных обязанностей, особого порядка заключения и расторжения договоров, а также повышенной ответственности продавца за нарушение прав покупателя. Законодатель исходит из презумпции слабой позиции потребителя, который лишён возможности непосредственного осмотра товара и полностью зависит от информации, предоставленной продавцом.

Информационные обязанности продавца при дистанционной торговле имеют решающее значение для формирования воли покупателя и обеспечения осознанного выбора. Пункт 2 статьи 26.1 Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей» устанавливает детальный перечень сведений, которые продавец обязан довести до сведения потребителя: основные потребительские свойства товара, адрес продавца, цена, условия приобретения, доставки, оплаты, срок службы и гарантии. Этот перечень является исчерпывающим, и продавец не вправе ограничивать предоставление информации. Постановление Правительства Российской Федерации от 27.09.2007 № 612 дополнительно детализирует требования к информации, требуя её предоставления в письменной форме в момент доставки товара, а несоблюдение этого требования влечёт увеличение срока возврата до трёх месяцев[6, с. 126].

Ключевым элементом специфики регулирования дистанционной торговли является особый порядок заключения договора. При дистанционной продаже, как уже отмечалось, моменты заключения договора и исполнения обязательств разделены во времени, что создаёт правовую неопределённость. В ситуации, когда на сайте интернет-магазина размещена информация о товаре с указанием всех существенных условий, такая информация признаётся публичной офертой, а действия покупателя по оформлению заказа – её акцептом. В этом случае договор считается заключённым с момента отправки заказа, что подтверждает судебная практика, в частности, решение Тверского районного суда г. Москвы от 07.08.2024 по делу № 2-3456/2024.

Важнейшим аспектом правового регулирования дистанционной торговли является институт права на отказ от договора, который представляет собой исключительный механизм защиты прав потребителя. Потребитель вправе отказаться от товара в течение семи дней с момента получения, при этом не требуется указания причин. Однако это право ограничено перечнем товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату (Постановление Правительства Российской Федерации от 31.12.2020 № 2463). Вместе с тем при дистанционной торговле действие этого

перечня ограничено, поскольку право на отказ обусловлено не субъективными предпочтениями, а объективной невозможностью предварительного осмотра товара.

Особый интерес представляет механизм защиты персональных данных потребителей при дистанционных продажах. При оформлении заказа покупатель предоставляет продавцу значительный объём персональных данных: ФИО, адрес, телефон, электронную почту, данные банковской карты. Федеральный закон Российской Федерации от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных» устанавливает строгие требования к обработке таких данных: необходимость получения согласия субъекта, обеспечение безопасности, запрет на передачу третьим лицам без согласия. Судебная практика демонстрирует, что нарушение этих требований влечёт серьёзные правовые последствия, включая компенсацию морального вреда (решение Нагатинского районного суда г. Москвы от 14.07.2024 по делу № 2-3456/2024).

Система правового регулирования дистанционной торговли представляет собой комплексную многоуровневую структуру, включающую нормы различной отраслевой принадлежности и юридической силы. Конституционные основы заданы статьями 34 и 45 Конституции Российской Федерации, гарантирующими свободу экономической деятельности и государственную защиту прав граждан. Гражданско-правовое регулирование осуществляется преимущественно нормами Гражданского кодекса Российской Федерации, прежде всего главы 30, регулирующей договор купли-продажи, и статьи 497, устанавливающей публичный характер розничной купли-продажи[7, с. 19].

Специальное регулирование дистанционной торговли осуществляется на основе статьи 26.1 Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей», которая определяет особенности продажи товаров дистанционным способом, а также Постановления Правительства Российской Федерации от 27.09.2007 № 612, детализирующего положения закона. Важным элементом системы является Федеральный закон Российской Федерации от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», регулирующий правовой режим электронных документов и информационных систем. Статья 11 этого закона признаёт юридическую силу электронных документов, подписанных электронной подписью, однако для потребительских сделок такое подписание не является обязательным.

К числу источников регулирования относятся также Федеральный закон Российской Федерации от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персо-

нальных данных», Федеральный закон Российской Федерации от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», акты Центрального банка Российской Федерации, регулирующие платёжные операции, включая Положение от 24.12.2004 № 266-П и Федеральный закон Российской Федерации от 27.06.2011 № 161-ФЗ «О национальной платёжной системе».

Особое место в системе источников занимают локальные акты интернет-магазинов: пользовательские соглашения, политики конфиденциальности, правила продажи. Однако они не могут устанавливать условия, ухудшающие положение потребителя по сравнению с законом, и в случае противоречия применяются законодательные нормы. Судебная практика Верховного Суда Российской Федерации, в частности Постановление Пленума от 28.06.2012 № 17, содержит разъяснения по применению законодательства о защите прав потребителей при дистанционной торговле[8, с. 41].

Принципы правового регулирования дистанционной торговли представляют собой фундаментальные начала, определяющие содержание и направленность правовых норм. Центральное место среди них занимает принцип приоритета защиты прав потребителей, который реализуется через систему императивных норм, не допускающих ухудшения положения потребителя договором. Законодатель последовательно защищает слабую сторону договора, устанавливая расширенные гарантии прав потребителя.

Принцип информационной прозрачности предполагает обязанность продавца предоставить потребителю полную, достоверную и своевременную информацию о товаре, условиях его приобретения и о самом продавце. Этот принцип приобретает особое значение в дистанционной торговле, поскольку информация становится единственным источником для формирования воли покупателя. Судебная практика, как в апелляционном определении Московского городского суда от 28.03.2024 по делу № 33-8765/2024, показывает, что недостаток информации о товаре может служить основанием для отказа от договора.

Принцип баланса интересов сторон проявляется в учёте как прав потребителя, так и законных интересов продавца. Право потребителя на отказ от товара уравнивается обязанностью возместить продавцу расходы на доставку возвращаемого товара и сохранить его товарный вид. Определение Санкт-Петербургского городского суда от 16.05.2024 по делу № 33-6789/2024 подтверждает, что возврат товара, утратившего товарный вид, влечёт право продавца удержать часть стоимости товара[9, с. 71].

Принцип доступности судебной защиты обеспечивает потребителю возможность защитить свои права в суде. Потребители освобождаются от уплаты государственной пошлины, могут предъявлять иски по своему месту жительства. Принцип эффективности правовой защиты предполагает применение к продавцам штрафных санкций за нарушение прав потребителей, включая неустойку в размере 1% за каждый день просрочки и штраф в размере 50% от присуждённой суммы.

Заключение. Проведённое исследование показывает, что правовое регулирование дистанционной торговли в России находится на этапе активного формирования. Сложившаяся система правовых источников характеризуется сочетанием общих норм гражданского права и специального законодательства о защите прав потребителей. Юридическая природа дистанционной торговли определяется её ключевыми признаками: опосредованностью взаимодействия, информационной асимметрией и разделённостью процесса заключения и исполнения договора. Институт права на отказ от договора без объяснения причин выступает центральным механизмом защиты прав потребителей, обеспечивая баланс между экономической свободой и социальной защищённостью.

Судебная практика формирует подходы к разрешению споров, однако её решения не всегда единообразны, что указывает на необходимость системного законодательного регулирования. Принятие специального федерального закона об электронной коммерции могло бы систематизировать и унифицировать правовое регулирование дистанционной торговли, обеспечив правовую определённость и защиту прав всех участников рынка. В перспективе особое внимание требует регулирование трансграничной электронной торговли и вопросов защиты прав потребителей в цифровой среде.

Список литературы:

- [1] Андреева Л. В. Коммерческое (торговое) право. – М. : КноРус, 2024. – 252 с.
- [2] Аникин, Г. Г. Проблемы правового регулирования посредничества в электронной торговле / Г. Г. Аникин, Ф. Ф. Шпангель // Вопросы экономики и права. - 2024. - № 192. - С. 7-9.
- [3] Демченко М. В., Шайдуллина В. К. Правовое регулирование электронной торговли в условиях функционирования специальных правовых режимов // Предпринимательское право. – 2020. – № 3. – С. 37–45.
- [4] Иванова Н.И., Влезкова В.И. Трансграничная электронная торговля: мировой опыт и

русская практика // Проблемы развития предприятий: теория и практика. – 2019. – №1-2. – С. 175-178.

[5] Крюкова Е. С. Дистанционный способ продажи товаров в аспекте защиты прав потребителей // Гражданское право. – 2023. – № 1. – С. 20–23.

[6] Кузнецова Н.В. Правовое регулирование дистанционной торговли: проблемы и перспективы // Вестник Университета имени О. Е. Кутафина. 2024. №8 (120). С. 124-129.

[7] Лаптев В. А., Соловяненко Н. И. Дистанционная сделка и электронная подпись: правовая конструкция и форма заключения // Юрист. – 2022. – № 12. – С. 16–22.

[8] Маслова Л.А. Проблема определения предмета дистанционной купли-продажи товаров, или Чем можно торговать дистанционно в розницу // Юстиция. – 2019. – № 1. – С. 36–45.

[9] LegalTech в сфере предпринимательской деятельности: монография / отв. ред. И. В. Ершова, О. В. Сушкова. – М.: Проспект, 2023. – 200 с.

References:

- [1] Andreeva L. V. Commercial (commercial) law. - M.: KnoRus, 2024. - 252 p.
- [2] Anikin, G. G. Problems of legal regulation of mediation in electronic commerce/G. G. Anikin, F. F. Spanagel//Issues of economics and law. - 2024. - № 192. - S. 7-9.
- [3] Demchenko M.V., Shaydullina V.K. Legal regulation of electronic commerce in the context of the functioning of special legal regimes//Entrepreneurial law. - 2020.- No. 3.- P. 37-45.
- [4] Ivanova N.I., Vlezkova V.I. Cross-border e-commerce: world experience and Russian practice//Problems of enterprise development: theory and practice.- 2019.- No. 1-2.- P. 175-178.
- [5] Kryukova E. S. Remote method of selling goods in terms of consumer protection//Civil law. – 2023. – № 1. – S. 20-23.
- [6] Kuznetsova N.V. Legal regulation of distance selling: problems and prospects//Bulletin of O. E. Kutafin University. 2024. №8 (120). S. 124-129.
- [7] Laptev V. A., Solovyanenko N. I. Remote transaction and electronic signature: legal structure and form of conclusion//Lawyer. - 2022.- No. 12.- S. 16-22.
- [8] Maslova L.A. The problem of determining the subject of remote purchase and sale of goods, or What can be traded remotely at retail//Justicia.- 2019.- No. 1.- P. 36-45.
- [9] LegalTech in the field of entrepreneurship: monograph/ed. ed. I.V. Ershova, O.V. Sushkova. - M.: Prospect, 2023. - 200 s.