

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Тольяттинский государственный университет»

Институт права

(наименование института полностью)

Кафедра «Гражданское право и процесс»

(наименование)

40.04.01 Юриспруденция

(код и наименование направления подготовки / специальности)

Гражданское право и международное частное право

(направленность (профиль) / специализация)

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА  
(МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ)**

на тему Правовое регулирование купли-продажи товаров дистанционным способом  
посредством сети Интернет

Обучающийся

А.С. Райман

(Инициалы Фамилия)

(личная подпись)

Научный  
руководитель

к.ю.н., доцент О.С. Лапшина

(ученая степень (при наличии), ученое звание (при наличии), Инициалы Фамилия)

Тольятти 2025

## Оглавление

|                                                                                                                                                       |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Введение .....                                                                                                                                        | 3  |
| Глава 1 Теоретические и правовые аспекты купли-продажи товаров дистанционным образом посредством сети Интернет .....                                  | 14 |
| 1.1 Понятие дистанционной торговли в законодательстве Российской Федерации.....                                                                       | 15 |
| 1.2 История регулирования дистанционной торговли посредством сети Интернет в РФ .....                                                                 | 21 |
| 1.3 Актуальная система источников правового регулирования дистанционной торговли посредством сети Интернет.....                                       | 24 |
| Глава 2 Основные принципы и актуальные вопросы правового регулирования купли-продажи товаров дистанционным способом через Интернет .....              | 32 |
| 2.1 Правовые рамки заключения и исполнения договоров купли-продажи товаров дистанционным способом .....                                               | 32 |
| 2.2 Актуальные проблемы защиты прав потребителей при дистанционной торговле посредством сети Интернет .....                                           | 41 |
| 2.3. Регулирование использования персональных данных и электронных платежей в дистанционной торговле .....                                            | 45 |
| Глава 3 Практический аспект правового регулирования купли-продажи товаров дистанционным способом через Интернет и направления совершенствования ..... | 53 |
| 3.1 Анализ судебной практики по делам, связанным с дистанционной торговлей через Интернет.....                                                        | 53 |
| 3.2 Роль государственных органов и саморегулируемых организаций в контроле и надзоре за дистанционной торговлей .....                                 | 59 |
| 3.3 Рекомендации по улучшению правового регулирования купли-продажи товаров дистанционным способом через Интернет.....                                | 68 |
| Заключение .....                                                                                                                                      | 74 |
| Список используемой литературы и используемых источников .....                                                                                        | 85 |

## **Введение**

Стремительное развитие цифровых технологий привело к тому, что дистанционная торговля заняла важное место в современной экономике [28]. Так, если в 2019 году, по оценкам той же компании Data Insight, объем российского рынка интернет-торговли составлял 1,7 трлн рублей, то по данным этого же аналитического агентства, в 2024 году он достиг 7,8 трлн рублей, показывая ежегодный прирост более чем на 20% в последние годы. Это свидетельствует не просто о популярности, но и о взрывном росте онлайн-покупок и их возрастающей экономической значимости.

Продажа товаров дистанционным способом предоставляет потребителям удобство и широкий выбор, но требует адаптации законодательства. Действующие нормы Гражданского кодекса РФ (статьи 454-505), регулирующие куплю-продажу, не в полной мере учитывают специфику онлайн-сделок, что требует их доработки в рамках продолжающейся реформы российского гражданского законодательства, промежуточные итоги которой анализируются ведущими цивилистами [9], [13].

Российское законодательство о дистанционной торговле не является целостным, что создает правовые пробелы, особенно в вопросах ответственности маркетплейсов, защиты персональных данных и трансграничной торговли. Фрагментарность правового регулирования затрудняет правоприменение.

Недостатки законодательства, такие как отсутствие единой терминологии и специальных норм для онлайн-сделок, препятствуют эффективной реализации прав и обязанностей участников дистанционной торговли. Различия в определениях («продажа товаров дистанционным способом», «торговля по образцам») указывают на неполноту правового регулирования.

Объектом исследования выступают совокупность общественных отношений, возникающих при заключении и исполнении договоров розничной купли-продажи товаров дистанционным способом посредством сети Интернет, охватывающих все этапы: от оформления сделки до ее завершения или прекращения.

Предметом настоящего исследования выступают действующие правовые нормы Российской Федерации, определяющие порядок осуществления дистанционной торговли, регулирующие заключение и исполнение договоров розничной купли-продажи товаров дистанционным способом, а также аспекты, касающиеся обеспечения защиты прав потребителей в данной области.

Цель данного исследования – осуществить всесторонний анализ правового регулирования купли-продажи товаров дистанционным способом посредством сети Интернет, включая определение правовой природы данного договора и его отличительных признаков, выявление недостатков действующего законодательства и разработку научно обоснованных рекомендаций по его совершенствованию.

Гипотеза исследования заключается в предположении о том, что эффективное развитие дистанционной купли-продажи в России и обеспечение баланса интересов всех участников рынка возможно только при условии формирования сбалансированного правового регулирования. Такое регулирование должно включать четкое определение самого понятия дистанционной купли-продажи, действенные механизмы защиты прав потребителей с учетом специфики онлайн-сделок, высокий уровень безопасности персональных данных и электронных платежей, а также устранение существующих правовых пробелов, в том числе в сфере трансграничных отношений.

Для достижения цели диссертационного исследования необходимо решить следующие задачи:

– исследовать и проанализировать существующие подходы к определению понятия дистанционной торговли в российском законодательстве (в частности, в ГК РФ, Законе «О защите прав потребителей», и подзаконных актах), выявить их особенности и противоречия, и обосновать необходимость унификации терминологии;

– изучить исторический опыт развития и регулирования дистанционной торговли посредством сети Интернет в Российской Федерации, выявив ключевые этапы и особенности становления правового поля, а также эволюцию форм продаж;

– определить и проанализировать актуальную систему источников правового регулирования дистанционной торговли в РФ, включая федеральные законы, подзаконные акты, международные соглашения и судебную практику, выявить пробелы, недостатки, и определить иерархию источников;

– проанализировать основные проблемы защиты прав потребителей в дистанционной торговле, связанные с недостатком информации, недобросовестностью продавцов, сложностями возврата товара, и мошенничеством с электронными платежами, и предложить пути их устранения, опираясь на судебную практику и правовые нормы;

– исследовать вопросы безопасности и конфиденциальности персональных данных при совершении покупок онлайн, выявить уязвимости, связанные с несанкционированным сбором, обработкой и передачей данных, и предложить меры по их предотвращению, учитывая современные технологии и международные стандарты;

– изучить проблемы регулирования трансграничной дистанционной торговли в России, включая вопросы определения применимого права и юрисдикции;

– сформулировать предложения по совершенствованию законодательства в области обеспечения безопасности и конфиденциальности при онлайн-покупках, учитывая особенности электронных платежей и

обработки персональных данных, а также современные требования к их защите;

- предложить меры по улучшению регулирования трансграничной дистанционной торговли посредством сети Интернет, с учетом как российских, так и международных норм и практики, а также особенностей электронной коммерции в условиях глобализации;

- обобщить результаты исследования, сформулировать основные выводы и заключения, а также представить конкретные рекомендации по дальнейшему развитию правового регулирования дистанционной торговли, которые могли бы быть использованы законодателем.

Настоящее диссертационное исследование базируется на фундаментальных работах ведущих отечественных ученых-правоведов, специализирующихся в области гражданского права, договорного права, торгового права и электронной коммерции. В качестве методологической основы были использованы труды таких авторитетных исследователей, как:

- классики гражданского права: С.С. Алексеев, М.И. Брагинский, В.В. Витрянский и другие. Их работы послужили основой для понимания общих принципов гражданско-правового регулирования, а также договорных обязательств;

- специалисты по договорному праву и обязательствам: В.В. Безбах, С.Н. Братусь, Ф.И. Гавзе и другие. Их исследования помогли сформировать понимание особенностей договорных отношений, в том числе специфики договора купли-продажи; исследователи в области торгового права: В.Ф. Попондопуло, В.П. Камышанский, Н.И. Клейн и другие. Работы этих ученых позволили раскрыть особенности регулирования торговой деятельности, в том числе в дистанционной форме;

- ученые, внесшие вклад в изучение электронной коммерции и дистанционной торговли: С.В. Алексеев, А.И. Барановский, И.Р. Барашян, И.Т. Балабанов и другие. Исследования данных авторов позволили

сформировать понимание специфики дистанционной торговли, ее экономической сущности и правового регулирования;

– исследователи, внесшие вклад в изучение вопросов защиты прав потребителей и иных аспектов договорного права: Т.Е. Абова, Ю.Г. Басин, А.М. Бычко, К.К. Борисова, Е.В. Бриных, С.Н. Веретникова и другие.

В процессе исследования были использованы как классические работы по гражданскому праву, так и современные исследования, посвященные проблемам электронной коммерции, защите прав потребителей в интернете, а также особенностям правового регулирования дистанционной торговли в России и за рубежом.

Вопросы правового регулирования купли-продажи, договорного права и защиты прав потребителей исследовались в фундаментальных трудах отечественных цивилистов, таких как М.И. Брагинский, В.В. Витрянский, А.Е. Шерстобитов [29], Е.А. Суханов. Отдельные аспекты электронной коммерции, информационного права и специфики дистанционных сделок рассматривались в работах А.И. Савельева, И.М. Рассолова, Е.Е. Богдановой, М.А. Рожковой. Зарубежные подходы к регулированию онлайн-торговли и защите прав потребителей анализировались в работах G. Howells и других. Вместе с тем, комплексные исследования актуальных проблем правового регулирования именно купли-продажи товаров дистанционным способом посредством сети Интернет в российском праве с учетом последних изменений законодательства, судебной практики и роста маркетплейсов требуют дальнейшего изучения, чем и обусловлен выбор темы настоящей диссертации.

В основу настоящего исследования положен общенаучный диалектический метод познания, позволяющий рассматривать изучаемые явления в их развитии, взаимосвязи и противоречиях. Наряду с общенаучным методом, применялся комплекс частнонаучных и специальных методов:

- исторический метод для анализа эволюции правового регулирования дистанционной торговли, выявления исторических предпосылок формирования текущего законодательства и его изменения;

- сравнительно-правовой метод для сопоставления норм российского законодательства с положениями законодательства зарубежных стран и международных актов, а также для анализа различных подходов к регулированию дистанционной торговли;

- логико-юридический метод для анализа юридических норм, выявления пробелов и противоречий в законодательстве, а также для построения теоретических выводов и рекомендаций;

- системно-структурный метод для рассмотрения правового регулирования дистанционной торговли как целостной системы, включающей различные уровни и элементы;

- формально-логический метод для точного формулирования определений и понятий, а также для выстраивания логической последовательности выводов;

- анализ документов и практики делового оборота для изучения нормативных правовых актов, судебной практики, а также для анализа реальной практики осуществления дистанционной торговли.

Эмпирическую базу исследования составили:

- нормативные правовые акты Российской Федерации: Конституция РФ, Гражданский кодекс РФ, Закон РФ «О защите прав потребителей», Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и другие федеральные законы, указы Президента РФ, постановления Правительства РФ (в частности, Постановление Правительства РФ от 31.12.2020 № 2463 «Об утверждении Правил продажи товаров по договору розничной купли-продажи»), ведомственные акты федеральных органов исполнительной власти, а также иные нормативные и правовые акты, регулирующие отношения в сфере дистанционной торговли;

– международные правовые акты: Конвенция ООН о договорах международной купли-продажи товаров (Венская конвенция), Типовой закон ЮНСИТРАЛ об электронной торговле, Директива Европейского Союза 2011/83/EU о правах потребителей, а также другие международные соглашения;

– судебная практика: Постановления Пленума Верховного Суда РФ по вопросам дистанционной торговли, а также решения судов общей юрисдикции и арбитражных судов по конкретным делам, связанным с защитой прав потребителей, исполнением договоров, ответственностью маркетплейсов и агрегаторов, и спорами о персональных данных и электронных платежах, представленные в официальных базах данных судов, сборниках судебной практики и специализированных юридических интернет-порталах.

Научная новизна и теоретическая значимость исследования: в противовес фрагментарным исследованиям, фокусирующимся на отдельных аспектах правового регулирования дистанционной торговли, настоящая работа представляет собой интегрированный анализ данной сферы. Ее инновационность заключается не только в выявлении проблем, но и в разработке системы конкретных предложений по совершенствованию законодательства, основанных на сравнительном анализе российского и международного опыта.

Теоретическая значимость работы заключается в уточнении понятийного аппарата, выявлении системных проблем правового регулирования и разработке теоретических подходов к их решению, что вносит вклад в развитие доктрины договорного права и права электронной коммерции.

Ключевым элементом новизны является концептуальное переосмысление существующих правовых механизмов, регулирующих онлайн-торговлю. Вместо простого копирования зарубежных моделей, предложены адаптированные решения, учитывающие специфику российской

правовой системы и социально-экономические реалии. Например, разработаны новые подходы к определению ответственности сторон в трансграничных сделках, учитывающие различия в правовых системах и сложности исполнения судебных решений.

Предлагаемые изменения направлены на создание сбалансированной системы, обеспечивающей как развитие электронной коммерции, так и защиту прав потребителей. Особое внимание уделено вопросам обеспечения безопасности персональных данных, противодействию мошенническим схемам и урегулированию споров в онлайн-среде.

Важным аспектом научной новизны является разработка нового взгляда на взаимодействие различных субъектов в сфере дистанционной торговли: продавцов, покупателей, платежных систем, служб доставки и государственных органов. Предложены механизмы повышения прозрачности и эффективности этого взаимодействия, снижения транзакционных издержек и повышения доверия к онлайн-торговле.

Результаты исследования имеют значительный потенциал для использования в образовательном процессе. Разработанные теоретические положения и практические рекомендации могут стать основой для создания новых учебных курсов, посвященных правовому регулированию электронной коммерции и дистанционной торговли.

В отличие от существующих учебных материалов, которые часто носят описательный характер, данная работа предлагает углубленный анализ проблем и перспектив развития этой сферы. Она может быть использована для подготовки специалистов, обладающих не только знаниями нормативных актов, но и навыками анализа правовых рисков, разработки стратегий защиты прав потребителей и совершенствования бизнес-процессов в онлайн-торговле.

В частности, материалы исследования могут быть использованы для разработки кейсов, моделирующих реальные ситуации, возникающие в сфере дистанционной торговли. Это позволит студентам применять полученные

знания на практике и развивать навыки принятия решений в условиях неопределенности [17].

Результаты работы также могут стимулировать дальнейшие научные исследования в области правового регулирования электронной коммерции. Выявленные проблемы и предложенные решения могут стать отправной точкой для новых теоретических разработок и эмпирических исследований.

Практическая значимость исследования: сформулированные в диссертации выводы и рекомендации могут быть непосредственно использованы для совершенствования нормативно-правовой базы, регулирующей дистанционную торговлю. Они могут послужить основой для разработки поправок к действующему законодательству, направленных на устранение правовых пробелов, коллизий и неясностей.

В отличие от общих деклараций о необходимости совершенствования законодательства, данная работа предлагает конкретные формулировки изменений в нормативные акты, учитывающие специфику российской правовой системы и международный опыт [34], [36]. Например, предложены варианты нормативного закрепления понятия «электронная подпись», определения момента заключения договора в онлайн-среде и установления ответственности сторон за нарушение прав потребителей.

Достоверность результатов подтверждается логической аргументацией: выводы исследования основаны на строгой логике аргументации и подкреплены убедительными доказательствами. В диссертации представлены четкие определения используемых понятий, сформулированы гипотезы, проведен анализ данных и сделаны обоснованные выводы.

Основные положения, выносимые на защиту:

- предлагается для закрепления в Гражданском кодексе РФ (в качестве специальной статьи в Главе 30 или путем дополнения ст. 497 ГК РФ) определение договора розничной купли-продажи товаров дистанционным способом как договора, заключаемого на основании ознакомления потребителя с предложенным продавцом описанием товара (содержащимся в

каталогах, на веб-ресурсах, фотоснимках или предоставленным иными средствами удаленной связи), исключающим возможность непосредственного ознакомления потребителя с товаром либо его образцом до момента получения товара, и акцептуемого путем совершения потребителем действий, однозначно свидетельствующих о его намерении приобрести товар, с использованием средств дистанционной связи. Данное определение направлено на унификацию терминологии и создание единой правовой основы регулирования;

– аргументируется необходимость нормативного закрепления в Правилах продажи товаров по договору розничной купли-продажи (утв. Постановлением Правительства РФ № 2463) и, дублирующе, в статье 26.1 Закона РФ «О защите прав потребителей», исчерпывающего перечня информации о товаре, продавце и условиях договора (включая полное описание потребительских свойств товара, сведения о производителе, условия гарантийного обслуживания, детальный порядок и сроки возврата товара, полные данные о продавце, включая ОГРН и контактную информацию, а также все условия оплаты и доставки, включая их полную стоимость), которая должна быть предоставлена потребителю в наглядной, легкодоступной и недвусмысленной форме на интернет-платформе продавца до момента заключения договора;

– предлагается для разрешения существующей правовой неопределенности закрепить в Гражданском кодексе РФ (ст. 497 или специальная норма) положение, согласно которому договор розничной купли-продажи товаров дистанционным способом считается заключенным с момента получения продавцом от потребителя сообщения о намерении приобрести товар (акцепта оферты), выраженного путем совершения однозначных конклюдентных действий на интернет-платформе продавца (например, нажатие кнопки «Подтвердить заказ» или «Оформить покупку»), при условии, что предложение продавца содержало все существенные условия договора, а потребителю была предоставлена вся необходимая преддоговорная

информация. Цена товара, зафиксированная на момент акцепта, не подлежит последующему изменению продавцом в одностороннем порядке;

– в целях усиления защиты прав потребителей предлагается дополнить статью 459 Гражданского кодекса РФ (или специальную норму о дистанционной купле-продаже) правилом, устанавливающим, что по договору розничной купли-продажи товаров дистанционным способом риск случайной гибели или случайного повреждения товара переходит на покупателя-потребителя с момента фактического вручения ему товара перевозчиком или представителем продавца, либо с момента предоставления товара в распоряжение покупателя в согласованном месте получения (пункте выдачи, постамате), если покупатель не получил товар в установленный срок по своей вине. До этого момента все риски, связанные с товаром, несет продавец;

– предлагается внести изменения в статью 26.1 Закона РФ «О защите прав потребителей», сократив максимальный срок возврата денежных средств потребителю при отказе от товара, приобретенного дистанционным способом, до 3 (трех) рабочих дней с момента получения продавцом соответствующего заявления потребителя и возвращенного товара (если возврат товара предусмотрен). Одновременно предлагается установить в Кодексе РФ об административных правонарушениях специальную ответственность продавца за нарушение указанного сокращенного срока возврата денежных средств;

– обоснована необходимость законодательного закрепления в Гражданском кодексе РФ (в Главе 30 или специальном законе об электронной коммерции) правового статуса информационных посредников (владельцев агрегаторов информации о товарах/услугах и маркетплейсов) и установления их солидарной или субсидиарной (в зависимости от степени вовлеченности в сделку) ответственности перед потребителями наряду с продавцом (исполнителем) в определенных случаях, в частности, в случае непредоставления или предоставления недостоверной информации о товаре

(услуге) или продавце (исполнителе) или участие посредника в расчетах за товар (услугу).

Структура диссертации: диссертационное исследование представляет собой логически выстроенную структуру, состоящую из взаимосвязанных частей. В отличие от традиционного подхода к структурированию диссертаций, где главы часто рассматриваются как отдельные блоки, в данном исследовании главы образуют единую систему, последовательно раскрывающую тему исследования.

Работа представляет собой совокупность вводной части, трех основных глав, включающих девять параграфов, заключения и библиографического списка, включающего 36 наименований используемой литературы и используемых источников. Приложений к диссертации не предусмотрено. Основная часть диссертации изложена на 89 страницах.

## **Глава 1 Теоретические и правовые аспекты купли-продажи товаров дистанционным образом посредством сети Интернет**

### **1.1 Понятие продажи товаров дистанционным способом в законодательстве Российской Федерации**

Развитие информационных технологий и глобализация привели к росту популярности дистанционной торговли. Этот сектор экономики, демонстрирующий значительный рост (объем рынка в России в 2024 году – 7,8 трлн рублей, ежегодный прирост – более 20%) требует особого правового регулирования. Необходимо адаптировать законодательство к особенностям онлайн-продаж и новым рискам, связанным с цифровой средой [18].

Исследования показывают, что с развитием онлайн-торговли, потребители становятся все более зависимыми от информации, предоставляемой продавцами в сети интернет, а также все больше полагаются на электронные формы взаимодействия, что, в свою очередь, требует обеспечения безопасности и надежности электронных сделок.

Действующие нормы ГК РФ (ст. 454-505) [16] не в полной мере учитывают специфику дистанционных сделок, однако именно они закладывают фундаментальные основы договорных отношений, применимые и к дистанционной торговле в части, не противоречащей специальному законодательству (ст. 497 ГК РФ, ЗоЗПП). Российское законодательство о дистанционной торговле фрагментарно, что создает правовые пробелы, в частности, в вопросах ответственности маркетплейсов, защиты персональных данных и регулировании трансграничной торговли [1, 18].

Отсутствие единого подхода к терминологии («продажа товаров дистанционным способом», «торговля по образцам») [32] и специальных норм для онлайн-сделок затрудняет реализацию прав участников торговли. Как отмечал Дж. Акерлоф, неопределенность в качестве товара при

дистанционных продажах может вести к информационной асимметрии и недобросовестной конкуренции [30].

Изучение понятия «дистанционной торговли» и особенностей ее правового регулирования является актуальной задачей.

В дистанционной торговле ключевую роль играют понятия оферты и акцепта. Согласно ст. 435 ГК РФ, офертой признается «адресованное одному или нескольким конкретным лицам предложение, которое достаточно определенно и выражает намерение лица, сделавшего предложение, считать себя заключившим договор с адресатом, которым будет принято предложение» [16].

Акцепт, в соответствии со ст. 438 ГК РФ, – это «ответ лица, которому адресована оферта, о ее принятии» [16]. В онлайн-среде акцепт выражается, как правило, конклюдентными действиями. Lee, M. and Youn, S. отмечают влияние электронных каналов коммуникации на восприятие оферты и формирование акцепта [33].

В отличие от традиционной модели договорных отношений, где оферта и акцепт формируются в результате личного взаимодействия сторон, в дистанционной торговле эти элементы приобретают специфические черты, обусловленные использованием информационно-коммуникационных технологий.

Оферта в цифровом формате – это не просто предложение о заключении договора, а тщательно структурированный информационный блок, содержащий исчерпывающие сведения о товаре, его характеристиках, цене, условиях доставки и возврата, а также о продавце, как субъекте, несущем ответственность за качество и безопасность товара. Отсутствие или неполнота этой информации может рассматриваться не только как нарушение прав потребителя, но и как основание для признания оферты недействительной, что влечет за собой правовые последствия для продавца.

Акцепт в дистанционной торговле – это не просто выражение согласия с условиями оферты, а активное действие покупателя, направленное на

подтверждение намерения заключить договор. Это может быть оформление заказа, нажатие кнопки «Купить», предоставление платежных данных или иные действия, однозначно свидетельствующие о принятии условий оферты. Важно отметить, что молчание или бездействие покупателя не может рассматриваться как акцепт, что защищает его от навязывания нежелательных товаров или услуг.

Фундаментом правового регулирования договора купли-продажи, в том числе и дистанционного, выступает Глава 30 Гражданского кодекса РФ [14]. Хотя она была принята до массового распространения интернет-торговли и не содержит специальных детализированных норм для онлайн-сделок, ее общие положения о предмете договора, правах и обязанностях сторон, ответственности за нарушения применяются субсидиарно, если иное не установлено специальными нормами.

Статья 497 ГК РФ, хотя и регулирует особенности продажи товаров по образцам и дистанционным способом, не содержит четкого определения «дистанционной торговли», (анализ которой представлен, например, в работах Д.Х. Валеева и М.Ю. Чельшева [7]). Однако, путем деконструкции содержания статьи, можно выделить ключевые признаки, характеризующие данный вид деятельности:

- не прямое изучение товара. Это означает, что покупатель принимает решение о покупке, основываясь на виртуальном представлении о товаре, что повышает значимость достоверности и полноты информации, предоставляемой продавцом. Продавец, в свою очередь, несет повышенную ответственность за соответствие представленной информации реальным характеристикам товара;

- отсутствие пространственно-временной близости: договор заключается на расстоянии, без непосредственного контакта продавца и покупателя в одном месте и в одно время. Это означает, что процесс заключения договора и исполнения обязательств происходит в цифровой среде, с использованием информационно-коммуникационных технологий.

Это создает новые вызовы для правового регулирования, связанные с идентификацией сторон, установлением достоверности волеизъявления и обеспечением безопасности транзакций.

Вопросы определения правовой природы и существенных условий договора продажи товаров дистанционным способом являются предметом активных дискуссий в научной литературе [3].

Статья 26.1 Закона РФ «О защите прав потребителей» (далее – ЗЗПП) [20] устанавливает особые требования к дистанционной торговле. В ней дается следующее определение: «продажа товаров по договору розничной купли-продажи, заключаемому на основании ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товара, содержащимся в каталогах, проспектах, буклетах либо представленным на фотоснимках или с использованием сетей почтовой связи, сетей электросвязи, в том числе информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», или иными способами, исключающими возможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора» [16].

Статья 26.1 ЗЗПП [16] дает более детализированное определение дистанционного способа продажи, чем ст. 497 ГК РФ, и содержит более широкий перечень средств связи. Следует отметить, что европейское законодательство, в частности, Директива 2011/83/EU, также уделяет особое внимание подробному описанию способов дистанционной торговли [30]. ЗЗПП [16], в отличие от ГК РФ [12], акцентирует внимание на защите прав потребителей, устанавливая для продавца ряд специальных обязанностей, в том числе, по информированию и предоставлению детальной информации о товаре.

В дополнение к ранее выделенным признакам, продажа товаров дистанционным способом характеризуется рядом специфических особенностей, требующих особого внимания при разработке правовых норм:

В отличие от традиционной модели, где момент заключения договора четко определен физической передачей товара и оплатой, в дистанционной торговле этот момент может варьироваться в зависимости от способа оформления заказа и оплаты. Предлагается закрепить в законодательстве положение о том, что договор дистанционной купли-продажи считается заключенным с момента получения продавцом подтверждения заказа от покупателя, при условии, что покупателю предоставлена полная и достоверная информация о товаре, цене, условиях доставки и возврата.

Отсутствие непосредственного контакта между продавцом и покупателем в дистанционной торговле усиливает значимость достоверности и полноты информации о товаре. Покупатель, не имея возможности лично осмотреть товар, полагается исключительно на информацию, предоставленную продавцом. Предлагается предусмотреть строгую ответственность продавца за предоставление недостоверной или неполной информации. Предлагается разработать и внедрить систему обязательной маркировки товаров, продаваемых дистанционным способом, содержащую ключевую информацию о товаре, включая его характеристики, производителя, срок годности и условия эксплуатации.

Доставка товара в дистанционной торговле, как правило, осуществляется третьими лицами, такими как курьерские службы или транспортные компании. Это создает дополнительные риски, связанные с сохранностью товара, сроками доставки и ответственностью за повреждение или потерю товара. Необходимо четко определить в договоре условия доставки, включая ответственность за сохранность товара и сроки доставки, а также установить ответственность продавца за действия третьих лиц, привлеченных к доставке товара. Предлагается разработать и внедрить систему страхования рисков, связанных с доставкой товаров, продаваемых дистанционным способом, чтобы защитить права покупателей в случае повреждения или потери товара.

Продажа товаров дистанционным способом представляет собой особый вид розничной купли-продажи, требующий специального правового регулирования, учитывающего современные технологии, отсутствие прямого контакта между сторонами и особенности осуществления деятельности в цифровой среде. Разработка и внедрение эффективного правового регулирования позволит создать благоприятные условия для развития дистанционной торговли, защитить права потребителей и повысить доверие к онлайн-торговле.

Elias Mossialos, Sarah Thomson, Annemarie Ter Linden также подчеркивают важность адаптации законодательства к новым формам взаимодействия [32]. Цель данного параграфа – провести комплексное исследование и систематизацию определений, выявить противоречия и пробелы в законодательстве, и определить направления для совершенствования регулирования дистанционной торговли.

Анализ действующего законодательства выявляет отсутствие унифицированного легального определения понятия «договор розничной купли-продажи товаров дистанционным способом», что порождает терминологическую неоднозначность и затрудняет правоприменительную практику. Нормы Гражданского кодекса РФ и Закона «О защите прав потребителей» содержат различные формулировки, не охватывающие всего многообразия отношений в данной сфере. Ключевыми элементами правовой конструкции выступают публичная оферта и акцепт, осуществляемый, как правило, конклюдентными действиями, однако специфика их формирования и юридической фиксации в цифровой среде требует более четкого нормативного закрепления. Отличительными признаками дистанционной торговли являются опосредованное ознакомление потребителя с товаром и отсутствие непосредственного контакта сторон при заключении договора, что повышает значимость информационных обязанностей продавца и определяет необходимость специальных правовых гарантий для покупателя.

## **1.2 История регулирования дистанционной торговли посредством сети Интернет в РФ**

Современная продажа товаров дистанционным способом, и особенно её электронная форма, – результат длительного исторического развития технологий и способов взаимодействия продавца и покупателя. Развитие Интернета в конце XX – начале XXI веков дало толчок развитию дистанционной торговли и потребовало новых подходов к её правовому регулированию. Изучение истории становления правового регулирования дистанционной торговли позволяет понять, как формировались основные принципы и подходы к регулированию данного вида отношений.

Цель данного параграфа – проследить эволюцию законодательства в сфере дистанционной торговли в России, от этапов, предшествовавших распространению Интернета, до современного состояния. Анализ позволит выявить ключевые моменты в становлении правового института, оценить эффективность мер регулирования и определить направления развития законодательства.

Этап до появления массового распространения интернета (до 1990-х годов).

До появления Интернета продажа товаров дистанционным способом существовала в виде почтовой торговли, торговли по каталогам и телемаркетинга [4]. В советское время почтовая торговля осуществлялась через организации, такие как «Посылторг». Каталоги являлись основным инструментом ознакомления с товарами. Телемаркетинг развивался в форме телемагазинов и телефонных продаж.

Правовое регулирование дистанционной торговли в советское время было фрагментарным, в основном, на уровне ведомственных инструкций. Отдельного закона не существовало из-за ограниченного масштаба данного вида продаж. Правовое регулирование в советское и раннее постсоветское время имело следующие недостатки: отсутствие единого нормативного акта;

ведомственный характер регулирования; недостаточная детализация норм; ограниченные механизмы защиты потребителей. Особенности такого способа продажи уже тогда привлекали внимание специалистов [8]

В тот период договоры заключались путем оформления и отправки заказа по почте, телеграфу или факсу. Оплата производилась почтовым переводом или чеком. Защита прав потребителей ограничивалась общими принципами гражданского права. Эффективность правового регулирования была низкой из-за отсутствия специальных норм.

Этап становления и развития интернет-торговли (1990-е – начало 2000-х годов).

В 1990-е годы в России началось активное развитие Интернета. Первоначально он использовался в научных и деловых целях, но вскоре стало очевидно его значение для торговли. Первые онлайн-продажи были неорганизованными, осуществлялись через доски объявлений и электронную почту. Появлялись первые интернет-магазины – электронные каталоги [19].

Интернет предоставил продавцам новый инструмент продвижения, а покупателям – удобный способ покупок. Простота организации интернет-магазинов способствовала быстрому развитию сектора, увеличению ассортимента и географии доставки.

В период становления интернет-торговли правовое регулирование было недостаточным. Применялись общие нормы гражданского законодательства и Закон РФ «О защите прав потребителей» [16]. Отсутствие специальных норм приводило к спорам.

В юридической науке обсуждалась необходимость разработки специального законодательства для электронной коммерции. Отмечалось, что нужны особые правила защиты прав потребителей. Судебная практика формировалась на основе общих норм ГК РФ и Закона «О защите прав потребителей», но суды сталкивались с нехваткой специальных норм.

Этап активного развития и совершенствования регулирования (2000-е – настоящее время).

В 2004 году в Закон РФ «О защите прав потребителей» (ЗЗПП) была введена статья 26.1 «Дистанционный способ продажи товара», что стало важным этапом в развитии регулирования. Статья установила правила заключения договора, права и обязанности сторон, а также требования к информации о товаре.

Несмотря на важность статьи 26.1 ЗЗПП, на практике возникли проблемы в её применении из-за абстрактности формулировок и пробелов в законодательстве.

Для конкретизации положений ЗЗПП были приняты:

- постановление Правительства РФ от 27.09.2007 № 612 «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом»;
- постановление Правительства РФ от 31.12.2020 N 2463 «Об утверждении Правил продажи товаров по договору розничной купли-продажи».

Статья 8 ФЗ «О рекламе» устанавливает требования к рекламе товаров, реализуемых дистанционно, обязывая указывать существенные условия договора и запрещая недостоверную информацию. Следует отметить, что в рамках данного параграфа основное внимание уделено лишь ключевым этапам становления именно правового регулирования интернет-торговли в Российской Федерации, без углубления в общемировую историю развития электронной коммерции или детального анализа доинтернетовских форм дистанционных продаж (таких как посылочная торговля или торговля по каталогам). Подробное рассмотрение этих аспектов выходит за рамки задач настоящего исследования, сфокусированного на современном правовом регулировании онлайн-продаж.

Современный этап характеризуется ростом маркетплейсов, трансграничных сделок и использованием новых технологий (искусственный интеллект, электронные платежи) [21], а также появлением новых форм финансового взаимодействия, таких как интернет-инвестинг, основанный на дистанционных алгоритмах [11].

Историко-правовой анализ демонстрирует эволюцию регулирования дистанционной торговли от фрагментарных норм доинтернетовской эпохи (почтовая, каталожная торговля) к формированию специального правового института. Первоначальное регулирование интернет-торговли основывалось на общих нормах гражданского законодательства и законодательства о защите прав потребителей, что порождало правовую неопределенность. Важным этапом стало введение статьи 26.1 Закона «О защите прав потребителей», установившей особые правила для дистанционного способа продажи товара. Однако ее применение выявило необходимость дальнейшей конкретизации норм и адаптации правового регулирования к динамично развивающимся технологиям, росту маркетплейсов и трансграничной торговли.

### **1.3 Актуальная система источников правового регулирования дистанционной торговли посредством сети Интернет**

На основе предыдущего анализа рассмотрим актуальную систему источников правового регулирования дистанционной торговли в России.

Правовое регулирование дистанционной торговли в России носит комплексный характер, затрагивая гражданское, потребительское, информационное, рекламное, налоговое и административное право. Цель данного параграфа – систематизировать и проанализировать действующие источники, выявив их иерархию, взаимосвязь, пробелы и противоречия.

Конституция РФ, как основной закон, формирует основы правового регулирования, в том числе и в сфере дистанционной торговли. Статья 8 гарантирует свободу экономической деятельности, статья 34 – право на предпринимательскую деятельность, статья 29 – свободу получения информации, статья 46 – судебную защиту прав.

В правовом регулировании дистанционной торговли наблюдается сложная иерархия норм, где общие положения о договоре купли-продажи, содержащиеся в главе 30 ГК РФ, взаимодействуют со специальными нормами,

установленными статьей 497 ГК РФ и Законом о защите прав потребителей (ЗЗПП). Понимание этого взаимодействия является ключевым для правильного применения правовых норм и защиты прав сторон в дистанционных сделках.

Глава 30 ГК РФ, содержащая общие положения о договоре купли-продажи, выступает в качестве фундамента, на котором строится правовое регулирование дистанционной торговли. Положения главы 30 применяются к дистанционным сделкам в той части, в которой они не противоречат специальным нормам, установленным статьей 497 ГК РФ и ЗЗПП.

Общие нормы о договорах купли-продажи регулируют такие важные аспекты дистанционной торговли, как:

Права и обязанности сторон (передача товара, оплата, возмещение убытков).

Общие нормы устанавливают права и обязанности сторон договора купли-продажи, включая обязанности продавца по передаче товара и обязанности покупателя по оплате товара, а также основания и последствия расторжения или изменения договора, определяя порядок возврата товара и денежных средств.

Статья 497 ГК РФ вносит специфику в регулирование розничной купли-продажи на основании ознакомления покупателя с образцом товара или его описанием, что является ключевой особенностью дистанционной торговли. Эта статья определяет понятие дистанционного способа продажи товара, а также устанавливает возможность заключения договора купли-продажи посредством использования средств связи, включая сеть Интернет. Статья 497 ГК РФ создает правовую основу для развития дистанционной торговли, признавая возможность заключения договоров купли-продажи без непосредственного контакта между продавцом и покупателем. Так же она задает основные рамки для дальнейшего правового регулирования дистанционной торговли, устанавливая общие принципы и требования к данному виду деятельности.

ГК РФ, как основной источник гражданского права, содержит общие положения об обязательствах, которые применимы к отношениям, возникающим при дистанционной продаже.

Статья 26.1 Закона о защите прав потребителей (ЗЗПП) является краеугольным камнем в системе правового регулирования отношений в сфере дистанционной торговли, поскольку устанавливает особые требования к информации о товаре и порядку заключения договора при данном способе продажи. В отличие от статьи 497 ГК РФ, которая в большей степени определяет общие положения, статья 26.1 ЗЗПП акцентируется на защите прав потребителей.

Устанавливается обязанность продавца предоставить полную информацию о товаре - продавец обязан предоставить потребителю полную и достоверную информацию о товаре, включая его характеристики, потребительские свойства, цену, условия доставки и возврата, а также о продавце, как субъекте ответственности за качество товара. Это требование направлено на обеспечение осознанного выбора потребителя и предотвращение введения его в заблуждение относительно свойств и характеристик товара.

Потребитель имеет право отказаться от товара в течение 7 дней после его передачи, не объясняя причин отказа.

Эффективное правовое регулирование дистанционной торговли невозможно без учета взаимосвязи статьи 26.1 ЗЗПП с иными нормативными актами, регулирующими различные аспекты данного вида деятельности:

Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе». Статья 8 данного закона регулирует особенности рекламы товаров, реализуемых дистанционно, обязывая указывать в рекламе существенные условия договора и запрещая распространение недостоверной информации о товаре. Это требование направлено на предотвращение введения потребителей в заблуждение посредством рекламы и обеспечение их правом на получение достоверной информации о товаре до момента заключения договора.

Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации». Данный закон устанавливает общие положения о распространении информации в Интернете, включая требования к достоверности, а также регулирует использование электронной подписи и защиту информации. Эти положения применяются и к дистанционной торговле, устанавливая требования к достоверности информации, предоставляемой продавцом о товаре, а также к безопасности использования электронной подписи при заключении договоров в онлайн-среде. Это требование направлено на обеспечение защиты частной жизни потребителей и предотвращение несанкционированного использования их персональных данных.

Помимо основных актов, отдельные аспекты дистанционной торговли могут регулироваться иными федеральными законами, такими как ФЗ «О связи», ФЗ «О почтовой связи», и другими.

Постановления Правительства РФ конкретизируют положения федеральных законов о дистанционной торговле. Постановление от 31.12.2020 N 2463 «Об утверждении Правил продажи товаров по договору розничной купли-продажи» является ключевым подзаконным актом.

Постановление №2463 устанавливает требования к продавцам, порядку оформления заказов, доставке и возврату товаров.

Федеральные органы исполнительной власти (ФОИВ), такие как Роспотребнадзор, ФНС, Минкомсвязи и другие, издают приказы, инструкции, методические рекомендации и иные ведомственные акты, которые конкретизируют положения федеральных законов и постановлений Правительства. Эти акты направлены на уточнение процедур, установление требований к конкретным видам товаров и услуг, а также на разъяснение порядка применения тех или иных норм законодательства.

Международные соглашения и конвенции играют важную роль в формировании принципов регулирования трансграничных сделок и защите прав потребителей в интернете. К таким актам можно отнести: Конвенцию

ООН о договорах международной купли-продажи товаров, Типовой закон ЮНСИТРАЛ об электронной торговле, Директива Европейского Союза 2011/83/EU о правах потребителей и другие. Положения международных соглашений и конвенций, как правило, учитываются при разработке национального законодательства о дистанционной торговле, а также при разрешении трансграничных споров.

Постановления Пленума Верховного Суда РФ и других высших судебных инстанций, в которых формулируется толкование норм законодательства о дистанционной торговле, а также разъясняются сложные вопросы, становятся важным источником правового регулирования.

Ключевые решения судов позволяют проследить, как применяются нормы законодательства о дистанционной торговле на практике, выявить пробелы и противоречия, а также увидеть проблемы, с которыми сталкиваются потребители и продавцы. Судебная практика играет важную роль в формировании единообразной правоприменительной практики.

Доктрина гражданского права, как совокупность научных исследований, мнений и позиций правоведов, представляет собой важный источник для толкования и применения законодательства о дистанционной торговле. Исследования правоведов позволяют сформировать глубокое понимание проблем правового регулирования дистанционной торговли и помогают выработать научно обоснованные предложения по ее совершенствованию.

Система источников правового регулирования дистанционной торговли в РФ многоуровневая и комплексная. Необходима дальнейшая конкретизация и совершенствование нормативно-правовой базы.

Анализ показал, что в системе правового регулирования дистанционной торговли в РФ можно выделить следующую иерархию:

- Конституция РФ как основной закон государства;
- Федеральные законы, в частности, ГК РФ, ЗЗПП, ФЗ «О рекламе», ФЗ «О персональных данных» и другие;

- подзаконные акты, в частности, Постановления Правительства РФ;
- ведомственные акты, разъяснения и письма федеральных органов исполнительной власти;
- международные договоры и соглашения;
- судебная практика;
- доктрина гражданского права.

Анализ системы источников позволяет выявить следующие основные пробелы и противоречия:

- отсутствие единого легального определения «дистанционной торговли» на уровне федерального закона, что создает терминологическую неоднозначность;
- фрагментарный характер регулирования, что приводит к отсутствию четких правил для ряда аспектов дистанционной торговли;
- недостаточная детализация норм права, что создает трудности для правоприменительной практики.

Анализ действующего законодательства, регулирующего дистанционную торговлю, выявил ряд проблем, требующих дальнейшего совершенствования нормативно-правовой базы. В частности, необходимо устранить существующие пробелы и противоречия, разработать специальные нормы, регулирующие отдельные аспекты данного вида деятельности, и уточнить положения действующего законодательства, обеспечивая более эффективную защиту прав потребителей. Ключевые направления совершенствования законодательства о дистанционной торговле:

Отсутствие четкого и единообразного определения дистанционной торговли в действующем законодательстве порождает правовую неопределенность и затрудняет применение правовых норм. Необходимо закрепить на законодательном уровне определение дистанционной торговли, которое охватывало бы все существенные признаки данного вида деятельности, включая использование информационно-коммуникационных

технологий, отсутствие непосредственного контакта между продавцом и покупателем, и предварительное ознакомление покупателя с товаром посредством его образца или описания. Предлагается внести соответствующие изменения в Гражданский кодекс Российской Федерации, дополнив статью 497 ГК РФ четким определением дистанционной торговли.

В настоящее время отдельные аспекты дистанционной торговли остаются недостаточно урегулированными. Необходимо разработать специальные нормы, регулирующие:

- ответственность маркетплейсов и агрегаторов - маркетплейсы и агрегаторы играют важную роль в дистанционной торговле, предоставляя платформу для взаимодействия между продавцами и покупателями. Однако их ответственность за ненадлежащее исполнение договоров купли-продажи и за нарушение прав потребителей остается недостаточно определенной. Необходимо установить четкие правила, определяющие ответственность маркетплейсов и агрегаторов за качество товаров, за достоверность информации о товарах, и за нарушение прав потребителей;

- трансграничные сделки - трансграничные сделки в дистанционной торговле регулируются сложным комплексом норм, включающим нормы международного права, нормы национального законодательства и нормы, установленные в договорах между сторонами. Необходимо разработать специальные нормы, упрощающие регулирование трансграничных сделок, устанавливающие правила определения применимого права, и определяющие порядок разрешения споров, возникающих в трансграничной торговле.

Необходимо уточнить:

- требования к информации о товаре - необходимо установить более детальные требования к информации о товаре, предоставляемой продавцом, включая требования к указанию характеристик товара, к указанию срока годности товара, к указанию информации о производителе товара, и к указанию информации о правилах эксплуатации товара;

– порядок возврата товара - необходимо установить более четкий порядок возврата товара, приобретенного дистанционным способом, включая правила определения момента начала течения срока возврата, правила определения способа возврата товара, и правила возмещения расходов, связанных с возвратом товара.

Реализация указанных направлений позволит создать более эффективную систему правового регулирования дистанционной торговли, обеспечивающую баланс интересов продавцов и потребителей, и способствующую развитию данного вида деятельности.

Таким образом, анализ актуальной системы источников правового регулирования дистанционной торговли является необходимым шагом для понимания ее современного состояния и определения перспектив дальнейшего развития.

Система источников правового регулирования дистанционной торговли в РФ носит комплексный, многоуровневый характер, включая конституционные нормы, федеральное законодательство (ГК РФ, ЗоЗПП, законы об информации, рекламе, персональных данных, национальной платежной системе), подзаконные акты (в частности, Постановление Правительства РФ № 2463), международные договоры, судебную практику и доктрину. Выявлена иерархическая структура источников, где специальные нормы превалируют над общими. Несмотря на комплексность, система характеризуется фрагментарностью, наличием пробелов (в части определения понятия, ответственности посредников) и недостаточной детализацией отдельных норм, что требует дальнейшего совершенствования в целях обеспечения правовой определенности и эффективной защиты прав участников оборота.

В следующем параграфе мы перейдем к рассмотрению практического аспекта правового регулирования дистанционной торговли и предпримем попытку выявить конкретные направления его совершенствования.

## **Глава 2 Основные принципы и актуальные вопросы правового регулирования купли-продажи товаров дистанционным способом через Интернет**

### **2.1 Правовые рамки заключения и исполнения договоров купли-продажи товаров дистанционным способом**

В рамках решения задачи по анализу правовых рамок дистанционной купли-продажи в данном параграфе рассматриваются особенности заключения и исполнения соответствующих договоров. Здесь рассматриваются правовые рамки заключения и исполнения договоров купли-продажи товаров дистанционным способом. Необходимо подчеркнуть, что, несмотря на наличие специальных норм в ст. 497 ГК РФ и ст. 26.1 ЗоЗПП, базовые принципы заключения и исполнения договора купли-продажи определяются общими положениями Главы 30 ГК РФ, которые сохраняют свою силу и для дистанционных сделок.

Четкое понимание этих рамок необходимо для обеспечения законности, прозрачности и защиты прав участников дистанционных сделок. Отсутствие ясности в регулировании может привести к злоупотреблениям и трудностям в защите прав.

Согласно ст. 435 ГК РФ, оферта – это «адресованное одному или нескольким конкретным лицам предложение, которое достаточно определенно и выражает намерение лица, сделавшего предложение, считать себя заключившим договор с адресатом, которым будет принято предложение». В дистанционной торговле важна публичная оферта (ст. 437 ГК РФ) – предложение, обращенное к неопределенному кругу лиц и содержащее все существенные условия договора.

Публичная оферта – основной инструмент установления договорных отношений в дистанционной торговле. Она определяет параметры сделки: наименование товара, цену, характеристики, условия доставки.

Оферта должна включать существенные условия договора: предмет договора – наименование товара, характеристики товара; цену (в рублях, включая налоги и сборы); условия и стоимость доставки; срок действия оферты. Ненадлежащая оферта не создает обязательств для покупателя.

Не предоставление сведений о продавце лишает покупателя возможности предъявить ему претензии в случае нарушения его прав; правила возврата товара - порядок и сроки возврата товара надлежащего и ненадлежащего качества, а также иные условия возврата; гарантийные обязательства - гарантийный срок, порядок гарантийного обслуживания и ремонта, а также адреса сервисных центров, способы оплаты товара - перечень способов оплаты, доступных для покупателя, в том числе электронные и не электронные способы оплаты; иные сведения, предусмотренные законодательством, а также необходимые для формирования полного и достоверного представления потребителя о предлагаемом товаре и условиях его приобретения (например, наличие сертификатов, разрешений и другие.). Требования к полноте и достоверности информации, предоставляемой продавцом в оферте, направлены на защиту прав потребителя и обеспечение возможности выбора на основе достоверных сведений о товаре.

Моментом, с которого оферта становится юридически значимой, является момент ее доведения до сведения неопределенного круга лиц (потенциальных покупателей). С этого момента, оферент (продавец) связан обязательством заключить договор с любым лицом, выразившим акцепт на предложенных условиях, при условии соблюдения иных требований, предъявляемых к заключению договора, в частности, наличия товара у продавца, а также возможности его продажи на условиях, изложенных в оферте. Оферта не является безоговорочным предложением заключить

договор, но представляет собой лишь намерение продавца заключить договор на указанных условиях.

Согласно ст. 438 ГК РФ, акцепт – это «ответ лица, которому адресована оферта, о ее принятии» [17]. В дистанционной торговле акцепт выражается конклюдентными действиями (оформление заказа, нажатие кнопки «Купить», оплата товара).

В сфере дистанционной торговли, где взаимодействие между продавцом и покупателем происходит в виртуальном пространстве, особое значение приобретают конклюдентные действия, представляющие собой действия лица, которые выражают его волю, но не выражены в прямой форме. Эти действия служат ключевым элементом для определения момента заключения договора и установления прав и обязанностей сторон.

При онлайн-покупках к конклюдентным действиям, имеющим юридическую силу, относятся:

- заполнение формы заказа на сайте - внесение покупателем данных в форму заказа, включая информацию о товаре, количестве, адресе доставки и способе оплаты, является выражением его намерения приобрести товар на предложенных продавцом условиях;

- нажатие кнопки «Подтвердить заказ» или аналогичной кнопки, подтверждающей согласие с условиями заказа, рассматривается как однозначное выражение воли покупателя заключить договор купли-продажи;

- совершение оплаты товара - оплата товара покупателем, как правило, свидетельствует о его согласии с условиями договора и о его намерении приобрести товар;

- выражение согласия с условиями договора, например, путем проставления галочки в соответствующем поле или нажатия кнопки «Согласен с условиями», рассматривается как подтверждение принятия условий оферты.

Совершение указанных действий покупателем рассматривается как его согласие с условиями публичной оферты и свидетельствует о его намерении заключить договор купли-продажи на предложенных продавцом условиях.

Момент заключения договора в дистанционной торговле представляет собой один из дискуссионных вопросов, поскольку, в зависимости от способа оформления заказа и оплаты, он может определяться по-разному. Проблема определения момента заключения договора в электронной коммерции подробно анализируется как в российской, так и в зарубежной доктрине [27], [32].

Онлайн-оплата (полная предоплата): в случае осуществления полной предоплаты за товар, договор, как правило, считается заключенным в момент получения продавцом подтверждения об оплате. Здесь акцепт, соединенный с оплатой, признается фактом заключения сделки.

Неопределенность в вопросе определения момента заключения договора может порождать споры между продавцами и покупателями, в частности, в случае изменения цены товара в период между моментом подтверждения заказа и моментом получения товара. Для разрешения этой проблемы необходимо установить четкие законодательные критерии определения момента заключения договора в дистанционной торговле, учитывающие особенности различных способов оформления заказа и оплаты товара.

Предварительный заказ. В случае предварительного заказа, договор считается заключенным в момент подтверждения заказа продавцом (отправка электронного письма или сообщения с подтверждением заказа), при этом, покупатель может осуществить оплату товара как до момента получения товара, так и при его фактическом получении. Неоднозначность в определении момента заключения договора создает правовую неопределенность, которая может порождать споры между сторонами договора.

Отличие акцепта в дистанционной торговле от традиционных форм акцепта заключается в отсутствии непосредственного контакта между

сторонами. В традиционной розничной купле-продаже акцептом является, как правило, устная договоренность между продавцом и покупателем, подтвержденная оплатой товара. В условиях цифровой экономики электронные сообщения приобретают особую юридическую значимость, становясь основным средством коммуникации между продавцом и покупателем в дистанционной торговле.

В связи с этим, законодательство устанавливает специальные требования к достоверности электронных сообщений и их юридической значимости, а также определяет условия признания электронного акцепта юридически значимым.

Требования к достоверности и юридической значимости электронных сообщений.

Для обеспечения юридической значимости электронных сообщений, используемых в дистанционной торговле, необходимо соблюдение следующих требований:

- использование квалифицированной электронной подписи, что подписи позволяет однозначно идентифицировать отправителя сообщения и подтвердить его подлинность;
- обеспечение неизменности содержания сообщения: необходимо обеспечить неизменность содержания электронного сообщения с момента его отправки до момента получения. Это может быть достигнуто путем использования специальных технологий защиты информации;
- сохранение электронных сообщений в течение определенного срока, чтобы иметь возможность подтвердить факт их отправки и получения в случае возникновения споров. Соблюдение указанных требований позволяет придать электронным сообщениям юридическую значимость и использовать их в качестве доказательств в суде;
- обязанность продавца предоставлять полную, достоверную и доступную информацию о товаре. В дистанционной торговле продавец обязан предоставить покупателю полную, достоверную и доступную информацию о

товаре (ст. 10, 26.1 Закона РФ «О защите прав потребителей» [20]). Это требование направлено на обеспечение осознанного выбора потребителя и предотвращение введения его в заблуждение относительно свойств и характеристик товара;

– информация о товаре должна включать основные потребительские свойства товара: его наименование, назначение, характеристики, комплектность, способ применения.

Цена товара должна быть указана в явном виде и не должна содержать скрытых платежей и комиссий. Это требование направлено на обеспечение прозрачности ценообразования и защиту потребителя от недобросовестной практики сокрытия информации о полной стоимости товара.

Сроке годности или службы товара - если такие сроки установлены на товар. Информация о сроке годности или службы должна быть указана в явном виде и должна соответствовать действительности.

Изготовителе товара: наименование, адрес и иная контактная информация. Данные сведения должны позволять покупателю идентифицировать производителя товара и обратиться к нему в случае необходимости.

Обязательной сертификации и лицензировании товара (в случае, если такие требования установлены законодательством).

Информации о продавце: наименование юридического лица, ОГРН, адреса и прочие контактные данные. Отсутствие данной информации лишает покупателя возможности предъявить претензии продавцу в случае нарушения его прав.

В дистанционной торговле продавец несет ответственность за передачу товара, соответствующего требованиям качества, безопасности и условиям договора. В отличие от традиционной торговли, где покупатель имеет возможность лично осмотреть товар до его приобретения, в дистанционной торговле покупатель лишен такой возможности и полагается исключительно на информацию, предоставленную продавцом. Поэтому на продавца

возлагается повышенная ответственность за достоверность и полноту информации о товаре, а также за соответствие товара заявленным характеристикам.

Доставка должна быть осуществлена в надлежащем состоянии. Нарушение сроков или состояния товара дает покупателю право требовать расторжения договора, возврата денег или замены.

Покупатель обязан принять товар, если он соответствует оферте. При несоответствии, дефектах или нарушении сроков доставки покупатель вправе отказаться от товара. Оплата производится в полном объеме и в соответствии с договором. При неоплате или необоснованном отказе от принятия продавец вправе требовать возмещения убытков общие принципы которого в договорных обязательствах рассматриваются в работах таких авторов, как Е.Е. Богданова [5].

В зависимости от условий договора, продавец может использовать различные способы доставки товара. Распределение рисков, связанных с доставкой товара, зависит от условий договора купли-продажи. Как правило, до момента передачи товара покупателю, риск случайной гибели или повреждения товара несет продавец. После получения товара, и подписания документов о доставке, риск переходит на покупателя. При этом, в случаях, когда продавец привлекает третьих лиц к доставке, ответственность за доставку и сохранность товара несет сам продавец.

В случае отправки товара почтой, момент перехода права собственности может определяться моментом получения покупателем почтового извещения, или фактом получения товара в отделении почтовой связи.

При возврате товара ненадлежащего качества продавец компенсирует полную стоимость и расходы на доставку. За нарушение сроков возврата предусмотрена неустойка. Расходы по возврату товара надлежащего качества несет покупатель, ненадлежащего – продавец.

При использовании маркетплейсов ответственность за исполнение договора, как правило, лежит на продавце. Однако маркетплейс может влиять на исполнение, устанавливая правила и предоставляя дополнительные услуги.

Маркетплейс, как правило, не несет ответственности за неисполнение обязательств продавцом, но может нести частичную или полную ответственность в зависимости от договоренностей и своей роли. Ответственность маркетплейса может возникать при неполной информации о товаре, нарушении правил возврата, аффилированности продавца.

К основным видам ответственности, которую несет продавец, можно отнести:

- неустойку (штраф, пени) - денежную сумму, подлежащую уплате продавцом покупателю в случае неисполнения или ненадлежащего исполнения своих обязательств, таких как, например, нарушение сроков доставки товара. Размер неустойки может быть установлен законом или определен договором;

- компенсация морального вреда. В случае нарушения продавцом прав потребителя, покупатель имеет право на компенсацию морального вреда, размер которого определяется судом.

Продавец может быть привлечен к административной ответственности (штраф, приостановление деятельности).

Покупатель несет ответственность за неисполнение обязательств: неоплату товара, необоснованный отказ от приемки.

При необоснованном отказе покупателя от приемки товара продавец может требовать возмещения убытков, доказав необоснованность отказа.

Продавец вправе требовать исполнения обязательств и взыскивать убытки. Для защиты прав он может использовать досудебное урегулирование или суд [26]. Дискуссионным вопросом является ответственность маркетплейсов, которые часто ограничивают свою ответственность, позиционируя себя как посредники.

Однако маркетплейсы влияют на процесс продажи, и их правовой статус не определен однозначно. Вопрос об их ответственности требует законодательного урегулирования. В некоторых случаях маркетплейс может нести субсидиарную или солидарную ответственность с продавцом.

Дистанционная купля-продажа регулируется комплексом норм. Существует особый порядок заключения договора с использованием электронных средств. Исполнение договора имеет особенности, связанные с дистанционным характером и защитой прав потребителя [12].

В данной области существуют проблемы: момент заключения договора, ответственность маркетплейсов, использование новых технологий. Законодательство не всегда успевает за развитием практики, необходимы изменения, в частности, уточнение положений об электронной подписи, ответственности маркетплейсов, трансграничных спорах, новых способах оплаты и доставки.

Правовое регулирование заключения и исполнения договоров дистанционной купли-продажи основывается на общих положениях ГК РФ об оферте и акцепте, адаптированных к специфике онлайн-среды. Публичная оферта, размещаемая продавцом, должна содержать все существенные условия договора и достоверную информацию о товаре.

Акцепт потребителем выражается посредством конклюдентных действий, юридическая значимость которых и момент заключения договора требуют более четкого законодательного определения. Исполнение договора характеризуется особыми требованиями к передаче информации, доставке товара (часто с участием третьих лиц), порядку оплаты и возврата, а также повышенной ответственностью продавца за соответствие товара описанию и надлежащее исполнение обязательств.

Таким образом, специфика оферты, акцепта и исполнения договора дистанционной купли-продажи определяет необходимость особого внимания к защите прав потребителей, что будет рассмотрено далее.

В следующем параграфе, мы обратимся к анализу актуальных вопросов защиты потребительских интересов в условиях дистанционной торговли.

## **2.2 Актуальные проблемы защиты прав потребителей при дистанционной торговле посредством сети Интернет**

Продолжая анализ правового регулирования и переходя к задаче исследования, рассмотрим актуальные проблемы защиты прав потребителей, возникающие при дистанционной торговле посредством сети Интернет. Эти вопросы приобретают особую значимость в условиях формирования цифрового товарного рынка, что находит отражение в современных научных исследованиях [22].

Дистанционный способ торговли, особенно в электронной форме, порождает для потребителей дополнительные риски из-за невозможности оценить товар до покупки и проверить продавца. Цель данного параграфа – определить и проанализировать актуальные проблемы защиты прав потребителей в дистанционной торговле, а также предложить пути их решения, основываясь на законодательстве, судебной практике и научных трудах.

Распространенное нарушение прав потребителей – предоставление неполной или недостоверной информации о товаре (типичные нарушения и способы их преодоления анализируются в работе А.Ю. Зака [15]).

Продавцы могут прибегать к различным способам введения потребителей в заблуждение, в том числе:

- использование некачественных или отредактированных фотографий товара, которые не соответствуют его реальному внешнему виду, и даже использование изображений, принадлежащих другим продавцам, или же использование изображений оригинального товара, в случае продажи его реплики;

- предоставление недостоверной информации о технических характеристиках товара, например, завышение параметров его мощности, производительности или срока службы, или же замалчивание о каких-либо особенностях товара, или его недостатках;
- умолчание о наличии недостатков или дефектов товара, которые могут проявиться только в процессе его эксплуатации;
- предоставление ложной информации о производителе или стране происхождения товара, что, как правило, ведет к приобретению контрафактной продукции;
- умалчивание о правилах и ограничениях, которые могут повлиять на использование товара, например, о необходимости использования специальных приспособлений или же о правилах эксплуатации, которые не соответствуют общепринятым;
- предоставление неточной информации о реальных размерах товара, его весе, объеме или иных существенных характеристиках.

Последствия неполной/недостоверной информации: разочарование потребителей, приобретение несоответствующих товаров, материальный ущерб (возврат, замена), моральный ущерб.

Другая проблема – сложность идентификации продавца. Продавцы могут использовать неверные данные, фиктивные адреса, затрудняя связь с ними и предъявление претензий.

Особенно актуальной эта проблема становится в случае, когда продавец зарегистрирован в другом государстве. В таких ситуациях, покупателю крайне сложно привлечь продавца к ответственности за ненадлежащее исполнение договора, поскольку необходимо применять нормы международного частного права, а также обращаться в иностранные суды, что является затратным и затруднительным процессом. Возникают также сложности с определением юрисдикции, применимого права и процедур исполнения судебных решений.

Анонимность в интернете создает благоприятные условия для мошенников и недобросовестных продавцов, которые, пользуясь

безнаказанностью, нарушают права потребителей, оставляя их без защиты. Покупатели часто сталкиваются с невозможностью предъявить претензии к продавцу, если его контактные данные не указаны или являются недостоверными, что порождает чувство незащищенности.

Дистанционная природа торговли лишает потребителя возможности непосредственно осмотреть товар, потрогать его, оценить его характеристики, внешний вид и другие свойства до принятия решения о покупке. В традиционной розничной торговле, покупатель может оценить качество и потребительские свойства товара до его приобретения, что снижает риск разочарования от совершенной покупки. При этом, при дистанционной торговле, зачастую, покупатель вынужден опираться на субъективное мнение других покупателей, или на описание продавца.

Покупатель вынужден полагаться на информацию продавца. Часто товар не соответствует заявленным характеристикам, фотографиям, описанию, имеет скрытые недостатки, является репликой или некачественным. Отсутствие возможности осмотра товара повышает риск приобретения некачественного товара.

Продавцы могут включать в договор условия, ущемляющие права потребителей: мелкий шрифт, сложный язык, ограничение ответственности, невыгодный порядок возврата. Условия могут быть скрыты или труднодоступны.

Покупатели не всегда осознают объем прав и обязанностей при акцепте публичной оферты, а продавцы могут умалчивать о ключевых положениях.

В договоры могут включаться недействительные условия, противоречащие ЗЗПП и ГК РФ (ограничение ответственности, отказ от гарантий, запрет обращения в суд).

Распространены случаи нарушения сроков доставки и поставки товара ненадлежащего качества. Задержки доставки объясняются техническими причинами, сбоями в логистике, форс-мажором. Товар может иметь дефекты, повреждения, неполную комплектацию, несоответствие описанию.

Закон предоставляет право на возврат товара. Однако потребители сталкиваются с отказами в возврате, задержками возврата денег. Продавцы ссылаются на несоблюдение условий возврата, отсутствие документов.

Продавцы могут требовать от потребителя оплаты обратной пересылки, что незаконно. Трудности возникают и при попытках связаться с продавцом.

Закон устанавливает сроки возврата денег, но продавцы часто их нарушают.

Особенности нарушения прав потребителей на маркетплейсах.

В настоящее время все большую популярность приобретает приобретение товаров на маркетплейсах. Однако, вместе с очевидными преимуществами, приобретение товара через маркетплейсы также несет в себе риски нарушения прав потребителя.

Маркетплейсы не всегда предоставляют полные сведения о продавце, что усложняет предъявление ему претензий в случае нарушения прав потребителя, также, они не всегда предоставляют информацию о технических характеристиках товара, а также несут ответственность за действия продавца. Специфические риски потребителей в цифровой среде и необходимость адаптации механизмов их защиты подчеркиваются многими исследователями [23], [31].

Маркетплейсы обычно ограничивают свою ответственность, но на практике часто являются активными участниками процесса продажи. Вопрос об ответственности агрегаторов спорен, так как они являются посредниками.

Краткие выводы о наиболее острых проблемах защиты прав потребителей в дистанционной торговле. Проведенный анализ выявил целый ряд острых проблем, связанных с защитой прав потребителей в дистанционной торговле, в том числе связанные с недостатком информации о товаре и продавце, непрозрачностью условий договора, нарушением сроков доставки, и проблемами с возвратом товаров и денежных средств.

В сфере дистанционной торговли выявлен ряд системных проблем, ущемляющих права потребителей. К ним относятся: предоставление неполной

или недостоверной информации о товаре и продавце (информационная асимметрия), сложность идентификации контрагента, включение в договор недействительных или кабальных условий. Распространены нарушения сроков доставки, поставка некачественного товара, а также создание препятствий для реализации права на отказ от договора и возврат уплаченных сумм. Особую сложность представляет защита прав потребителей при взаимодействии с маркетплейсами и агрегаторами, чей правовой статус и мера ответственности недостаточно урегулированы.

Выявленные проблемы защиты потребительских прав во многом связаны с обработкой персональных данных и проведением электронных платежей, регулированию которых посвящен следующий параграф.

Далее мы рассмотрим существующие механизмы обеспечения безопасности персональной информации покупателей и защиты их финансовых интересов. Такой анализ даст возможность изучить специфику защиты конфиденциальной информации покупателей и способы обеспечения безопасности финансовых транзакций в онлайн-среде, что, в свою очередь, выступает одним из значимых аспектов защиты прав потребителей при совершении дистанционных сделок.

### **2.3 Регулирование использования персональных данных и электронных платежей в дистанционной торговле**

Продажа товаров дистанционным способом связана с обработкой персональных данных покупателей (ФИО, адрес, телефон, данные карт). Растут риски утечки данных и мошенничества с платежами [10]. Цель параграфа – проанализировать нормы, регулирующие использование персональных данных и электронных платежей, выявить проблемы и пути их решения. Правовые и технологические аспекты защиты персональных данных в условиях цифровизации являются одной из ключевых тем современных исследований [25].

Федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных» устанавливает принципы обработки данных: законность - обработка с согласия субъекта или на основании закона; справедливость - законные, заранее определенные цели; целесообразность - объем данных соответствует целям; конфиденциальность - защита от распространения и неправомерного доступа; безопасность - защита от неправомерного доступа, уничтожения, модификации.

ФЗ «О персональных данных» закрепляет права субъектов: доступ к данным, изменение, отзыв согласия. Операторы обязаны соблюдать эти права и защищать информацию. Обработка персональных данных допускается только с согласия субъекта (кроме случаев, предусмотренных законом). Согласие должно быть конкретным, информированным, сознательным и полученным в письменной (в т.ч. электронной) или иной форме, позволяющей установить факт его получения. При дистанционных сделках согласие может быть получено через сайт, электронную почту, SMS.

Политика конфиденциальности должна быть доступна для ознакомления всем покупателям, а также должна быть составлена на языке, понятном для потребителей.

Наличие понятной и доступной политики конфиденциальности способствует формированию доверия потребителей к продавцу, поскольку демонстрирует его готовность соблюдать требования законодательства о защите персональных данных и обеспечивает потребителям возможность контролировать использование их личной информации. Отсутствие понятной и доступной политики конфиденциальности, напротив, может отпугнуть покупателей и снизить их доверие к продавцу.

Меры по предотвращению утечки, несанкционированного доступа и злоупотребления персональными данными могут включать: использование защищенных протоколов передачи данных (например, SSL, TLS), шифрование персональных данных, ограничение доступа к персональным данным только уполномоченным сотрудникам, а также установление системы контроля за

соблюдением правил обработки персональных данных. Продавцы также должны проводить регулярный аудит системы безопасности и предпринимать меры для своевременного обнаружения и устранения возможных угроз.

Операторы несут административную, гражданско-правовую и уголовную ответственность за нарушение правил обработки персональных данных.

Трансграничная передача персональных данных, то есть их передача на территорию иностранного государства, осуществляется в соответствии с положениями ФЗ «О персональных данных» и имеет ряд особенностей. В частности, трансграничная передача персональных данных допускается только в те страны, которые обеспечивают адекватную защиту прав субъектов персональных данных. В ином случае необходимо получение письменного согласия субъекта, а также обязательство соблюдения требований законодательства о защите персональных данных.

В случае осуществления передачи персональных данных в страны, в которых не обеспечивается надлежащий уровень защиты, необходимо получить письменное согласие субъекта персональных данных, либо же использовать иные основания, предусмотренные законом. К таким основаниям относятся, например, необходимость исполнения договора, стороной которого является субъект персональных данных, или же необходимость защиты его прав и законных интересов.

Обеспечение защиты персональных данных в условиях трансграничной передачи является более сложной задачей, так как требует учета положений законодательства как страны, в которой зарегистрирован оператор персональных данных, так и страны, на территории которой находится получатель данных. Продавцы обязаны предпринимать все необходимые меры для обеспечения защиты персональных данных при их трансграничной передаче, включая использование защищенных каналов связи, шифрование данных, а также заключения договоров с иностранными партнерами о соблюдении требований законодательства о защите персональных данных.

Федеральный закон от 27.06.2011 № 161-ФЗ «О национальной платежной системе» регулирует порядок функционирования национальной платежной системы, включая электронные платежи. Закон закрепляет права и обязанности участников платежной системы.

Операторы электронных денежных средств обязаны обеспечивать безопасность платежей, защищать персональные данные и финансовую информацию пользователей, а также соблюдать требования законодательства о противодействии легализации доходов, полученных преступным путем. Кроме того, операторы электронных денежных средств обязаны предоставлять покупателям информацию о порядке осуществления платежей, комиссиях, а также о процедуре оспаривания платежей.

Кредитные организации (банки) обязаны предоставлять своим клиентам достоверные сведения о порядке осуществления платежных операций, а также обеспечивать возможность отмены или оспаривания операций, совершенных без согласия клиента. На банки возлагается ответственность за сохранность денежных средств, находящихся на счетах клиентов, а также за корректность проведения платежных операций.

Покупатели, в свою очередь, имеют право на получение документального подтверждения о совершении платежа, а также на возврат денежных средств в случае, если договор купли-продажи был исполнен продавцом ненадлежащим образом, либо при осуществлении несанкционированных платежных операций.

Закон РФ «О защите прав потребителей» распространяется и на дистанционную торговлю с использованием электронных платежей, гарантируя право на информацию, отказ от товара и возврат средств. ЗЗПП обязывает продавцов обеспечивать безопасность электронных платежей, защиту от мошенничества и несанкционированного списания средств. В случае несанкционированного списания денежных средств, покупатель имеет право на возмещение убытков со стороны продавца, а также на защиту своих прав в судебном порядке.

В дистанционной торговле, помимо банковских карт, широко используются электронные кошельки (например, Яндекс.Деньги, Qiwi, WebMoney) и иные электронные средства платежа, которые обеспечивают возможность совершения платежей в интернете, без необходимости использования банковских карт [15]. Использование электронных средств платежа упрощает процесс оплаты товаров и услуг, а также позволяет осуществлять расчеты в режиме онлайн, без необходимости использования наличных денег.

Операторы электронных кошельков и других электронных средств платежа несут ответственность за обеспечение безопасности и надежности платежных операций, а также за защиту персональных данных своих пользователей. Они обязаны соблюдать требования законодательства о национальной платежной системе, а также о защите персональных данных, а также обязаны нести ответственность за несанкционированный доступ к счетам клиентов или за незаконное списание денежных средств [6].

При отказе от товара продавец обязан вернуть деньги в течение 10 дней тем же способом, которым была произведена оплата. Нарушение сроков влечет ответственность.

Несмотря на развитие технологий безопасности, мошеннические действия с использованием электронных платежей продолжают оставаться распространенным явлением. Покупатели сталкиваются с фишинговыми атаками, поддельными платежными системами и несанкционированным списанием денежных средств. Операторы электронных платежей не всегда обеспечивают надлежащий уровень защиты денежных средств покупателей, что повышает риск мошенничества и потери денежных средств.

Необходимы изменения в законодательстве для более четкого определения порядка сбора, обработки, хранения и передачи персональных данных, повышения ответственности операторов за нарушение правил обработки, а также установления более эффективных мер контроля за соблюдением законодательства в данной сфере. Законодательство также

должно содержать четкие положения, регулирующие порядок использования электронных средств платежа и устанавливающие ответственность за мошенничество с их использованием.

Внедрение новых технологий, таких как биометрическая аутентификация, использование блокчейна, токенизация платежных данных, и других современных решений, может способствовать повышению уровня безопасности персональных данных и электронных платежей. Использование данных технологий может помочь уменьшить риски мошенничества и утечки информации, а также повысить доверие потребителей к дистанционной торговле.

Международное сотрудничество и изучение опыта других стран также является важным фактором в совершенствовании системы регулирования персональных данных и электронных платежей в дистанционной торговле. Заимствование лучших практик может помочь создать эффективную и сбалансированную систему регулирования [33], [35].

Защита персональных данных и обеспечение безопасности финансовых операций являются необходимыми условиями для развития доверия потребителей к дистанционной торговле и формирования устойчивой и эффективной системы электронной коммерции. Без соблюдения этих требований, продажа товаров дистанционным способом не сможет развиваться в полной мере, и станет источником рисков для покупателей.

Однако существующая нормативно-правовая база не всегда поспевает за стремительным развитием новейших технологий и методов, используемых мошенниками. Недостаточно подробная регламентация правовых норм, а также отсутствие специальных инструментов, предназначенных для осуществления контроля за соблюдением законодательства, влекут за собой ущемление прав потребителей и создают дополнительные риски для всех участников отношений, складывающихся в сфере дистанционной торговли.

В связи с этим, представляется необходимым дальнейшее совершенствование законодательства и правоприменительной практики в

области защиты персональных данных и обеспечения безопасности электронных платежей, что, в свою очередь, выступает важным шагом на пути к формированию отвечающей современным требованиям, безопасной и этичной электронной коммерции. Требуется разработка и внедрение более действенных механизмов, обеспечивающих контроль за соблюдением требований законодательства, а также усиление мер ответственности за правонарушения, совершенные в данной сфере.

Правовое регулирование использования персональных данных и осуществления электронных платежей в дистанционной торговле основывается на ФЗ «О персональных данных» и ФЗ «О национальной платежной системе», дополняемых Законом «О защите прав потребителей». ФЗ «О персональных данных» закрепляет принципы обработки: законность, соразмерность, конфиденциальность, безопасность, а также необходимость получения информированного согласия потребителя. На интернет-продавцов как операторов возлагаются обязанности по разработке политик, принятию мер защиты и реагированию на запросы.

Параллельно, ФЗ «О национальной платежной системе» регулирует безопасность электронных платежей, устанавливая требования к операторам по идентификации клиентов, обеспечению информационной безопасности транзакций и информированию о рисках. Продавцы также несут ответственность за безопасность онлайн-платежей, используя защищенные протоколы и не сохраняя чувствительные платежные данные.

Несмотря на наличие нормативной базы, в сфере дистанционной торговли сохраняются значительные риски утечки персональных данных и несанкционированного списания денежных средств, что напрямую угрожает безопасности и финансовому благополучию граждан. Это обусловлено не только технологическими уязвимостями (например, постоянно эволюционирующими кибератаками и скрытыми ошибками ПО), но и системными недостатками правоприменительной практики (включая недобросовестность операторов и распространенный человеческий фактор), а

также объективными сложностями в контроле, особенно за множеством мелких продавцов, чья деятельность не всегда прозрачна. Для реального повышения защищенности потребителей в этих непростых условиях требуется последовательный и комплексный подход, включающий как совершенствование законодательства и механизмов его исполнения, так и усиление надзора со стороны уполномоченных органов, и повышение ответственности бизнеса за обработку и хранение чувствительной информации.

Выявленные проблемы находят отражение в правоприменительной практике. В следующей главе мы обсудим сложившуюся судебную практику по делам, связанным с дистанционной торговлей, и проанализируем роль государственных и саморегулируемых организаций в контроле за данной сферой.

### **Глава 3 Практический аспект правового регулирования купли-продажи товаров дистанционным способом через Интернет и направления совершенствования**

#### **3.1 Анализ судебной практики по делам, связанным с дистанционной торговлей через Интернет**

Для выявления практических аспектов применения законодательства, что соответствует задачам, в настоящем параграфе проводится анализ судебной практики по делам, связанным с дистанционной торговлей. Судебная практика – важный источник правового регулирования дистанционной торговли. Анализ судебных решений позволяет оценить эффективность законодательства, выявить тенденции и проблемы. основополагающие разъяснения по многим вопросам защиты прав потребителей, применимые и к дистанционной торговле, содержатся в Постановлении Пленума Верховного Суда РФ от 28.06.2012 № 17 «О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей» [24]. Цель параграфа – проанализировать судебную практику, выявить виды споров, проблемы и влияние на правовое поле. Актуальные проблемы правоприменительной практики в сфере дистанционной купли-продажи товаров активно обсуждаются в научной литературе [2, 5]

Судебная практика включает дела о мошенничестве с электронными платежами и несанкционированном списании средств (фишинговые сайты, нарушение требований безопасности). Суды обычно на стороне покупателей при доказанной вине продавца.

В судебных решениях по спорам о персональных данных и электронных платежах, суды исходят из необходимости защиты прав потребителей и привлечения к ответственности продавцов, допустивших нарушения законодательства. Продавцы, не обеспечившие надлежащую защиту персональных данных, или же не предотвратившие мошеннические действия

с электронными платежами, как правило, несут ответственность за причиненный вред и убытки, что также предполагает компенсации, неустойки и прочие меры гражданско-правовой ответственности. При этом, продавец может понести и административную, и уголовную ответственность, если его действия содержат соответствующие составы преступлений.

Судебная практика по спорам с маркетплейсами формируется. Рассматриваются вопросы ответственности, возврата товара, гарантий. Суды часто считают маркетплейс посредником, не учитывая его влияние на сделку.

Маркетплейсы пытаются ограничить ответственность, но суды все чаще учитывают их контроль над процессом продаж, комиссионные, предоставление услуг, что может свидетельствовать о фактическом участии в сделке и в некоторых случаях вменению солидарной ответственности.

Судебная практика по спорам с агрегаторами пока находится на начальной стадии формирования. В настоящее время, суды в основном исходят из того, что агрегаторы несут ответственность за предоставление недостоверной информации о товаре или услуге, а также за несоблюдение требований к рекламе, но при этом не несут ответственности за действия продавцов, предоставляющих товары или услуги с помощью агрегатора. Вместе с тем, вопрос о более широкой ответственности агрегаторов, в том числе за действия продавцов, требует дальнейшего изучения и законодательного урегулирования, в особенности, если агрегатор выступает от имени продавца, или получает плату за предоставление товаров или услуг, а не только за предоставление информации.

Анализ судебной практики позволяет выявить наиболее распространенные нарушения, допускаемые продавцами при дистанционных сделках:

- предоставление неполной или недостоверной информации о товаре, его характеристиках и потребительских свойствах, в том числе об обязательной сертификации и гарантийном сроке;

- продажа товаров ненадлежащего качества, с дефектами и повреждениями, или несоответствующих заявленным требованиям, в частности, при выявлении факта продажи контрафактной продукции, или реплик, вместо оригинального товара;
- ущемление прав потребителей в части возврата товара и денежных средств, а также отказ от гарантийного обслуживания, или же затягивание сроков возврата денежных средств и ремонта товаров;
- несоблюдение требований законодательства о защите персональных данных и электронных платежах, в том числе при использовании не сертифицированных платежных систем, или при незаконной передаче персональной информации третьим лицам;
- нарушение требований к рекламе товаров и услуг в интернете, в том числе путем распространения недостоверной или вводящей в заблуждение рекламы.

Основными причинами таких нарушений являются незнание продавцами действующего законодательства, а также недобросовестность отдельных продавцов, которые стремятся получить прибыль любой ценой, пренебрегая правами потребителей. Отсутствие эффективных механизмов контроля и ответственности за нарушения, а также не всегда однозначное толкование норм законодательства, также способствуют распространению недобросовестной практики в дистанционной торговле. Кроме того, зачастую, продавцы пренебрегают правами потребителей из-за безнаказанности и отсутствия реальных рычагов для влияния на них.

Анализ судебной практики также позволяет выделить наиболее распространенные проблемы, с которыми сталкиваются потребители при дистанционных покупках:

- получение некачественного или несоответствующего описанию товара, включая поддельную или контрафактную продукцию;
- нарушение сроков доставки товара, или неполучение заказанного товара, что связано, как правило, с недобросовестностью продавца;

- сложности с предъявлением претензий продавцу, особенно когда он зарегистрирован за рубежом, либо не предоставляет достоверной информации о себе;
- утечка персональных данных и мошенничество с электронными платежами, что приводит к материальному и моральному ущербу для потребителя;
- невозможность ознакомления с условиями договора, а также с порядком возврата товаров.

Систематизируя выявленные проблемы, можно отметить, что они связаны с отсутствием надлежащего контроля за деятельностью продавцов, а также с недостаточной информированностью потребителей о своих правах. Процедуры защиты прав потребителей сложны и не всегда эффективны. Покупатели сталкиваются с трудностями при связи с продавцом, получении информации, предъявлении претензий, возврате товара.

Проблемы возникают из-за недостаточного регулирования, неосведомленности потребителей и недобросовестности продавцов.

Основные тенденции судебной практики:

- рост числа споров;
- преобладание споров о защите прав потребителей;
- активная роль судов в защите прав потребителей;
- неоднозначность применения норм права.

Эффективность применения норм законодательства о дистанционной торговле в судебной практике является неоднозначной. С одной стороны, суды достаточно последовательно защищают права потребителей, в случае наличия нарушений со стороны продавцов. С другой стороны, не все положения законодательства являются достаточно четкими и однозначными, что затрудняет их применение и порождает споры. В частности, суды часто сталкиваются с проблемами при определении момента заключения договора, а также при разрешении вопросов ответственности маркетплейсов и агрегаторов. Вопрос о правовом статусе и мере ответственности

маркетплейсов и агрегаторов активно обсуждается в юридической доктрине, при этом высказываются различные точки зрения, от признания их исключительно информационными посредниками до возложения на них солидарной с продавцом ответственности [27], [35].

Анализ судебной практики по спорам, возникающим в сфере дистанционной торговли, выявил ряд проблем, требующих разъяснения и конкретизации законодательства, а также совершенствования механизмов защиты прав потребителей. Основные проблемы, выявленные в ходе анализа судебной практики:

- нечеткость определения момента заключения договора. Неоднозначное толкование положений законодательства, касающихся определения момента заключения договора при различных способах оформления заказа и оплаты, приводит к возникновению споров между продавцами и покупателями. Необходимо установить четкий и однозначный порядок определения момента заключения договора, учитывающий особенности различных способов оформления заказа и оплаты товара;

- пробелы в регулировании ответственности маркетплейсов и агрегаторов. Правовой статус маркетплейсов и агрегаторов, а также границы их ответственности за действия продавцов, использующих их платформы, остаются неопределенными. Необходимо установить четкие правила, определяющие ответственность маркетплейсов и агрегаторов за качество товаров, за достоверность информации о товарах, и за нарушение прав потребителей. Требуется упростить процедуру возврата товара, а также установить более четкие правила распределения расходов на доставку и возврат товара, с учетом интересов обеих сторон;

- необходимость уточнения механизмов защиты прав потребителей при трансграничной торговле. Защита прав потребителей при совершении покупок у зарубежных продавцов представляет собой сложную задачу, требующую разработки специальных механизмов, учитывающих особенности международного права и различия в национальных законодательствах;

– распределение бремени доказывания в делах о защите прав потребителей. В судебной практике при рассмотрении споров, возникающих в сфере дистанционной торговли, важную роль играет вопрос о распределении бремени доказывания. Однако, в делах о защите прав потребителей, бремя доказывания многих обстоятельств, например, факта ненадлежащего качества товара, часто возлагается на продавца, в силу того что потребитель является более слабой стороной в данных отношениях.

Суды, как правило, встают на сторону потребителя, если его требования обоснованы и подтверждены необходимыми доказательствами. Вместе с тем, потребители не всегда обращаются в суд, поскольку это требует дополнительных затрат времени и средств, а также в силу недоверия к судебной системе.

Для повышения эффективности защиты прав потребителей в сфере дистанционной торговли необходимо: разъяснить и уточнить положения законодательства, касающиеся определения момента заключения договора, ответственности маркетплейсов и агрегаторов, процедуры возврата товара и механизмов защиты прав потребителей при трансграничной торговле. Упростить процедуру обращения в суд для защиты своих прав, в том числе путем развития системы электронного правосудия и предоставления бесплатной юридической помощи потребителям. Повысить уровень правовой грамотности потребителей, информируя их о своих правах и о способах их защиты. Усилить контроль за соблюдением прав потребителей со стороны государственных органов и общественных организаций.

Суды, рассматривая данные споры, руководствуются действующим законодательством и стараются защищать права потребителей, однако, в ряде случаев возникают трудности при толковании и применении норм закона, а также при установлении баланса интересов сторон.

Судебная практика играет важную роль в формировании правового поля дистанционной торговли, конкретизируя общие положения закона, и выявляя те пробелы, которые необходимо устранить законодателю. Судебные решения

формируют прецеденты, которые в дальнейшем влияют на правоприменительную практику и помогают защищать права потребителей.

Анализ судебной практики выявил, что к числу ключевых проблем и противоречий в законодательном регулировании дистанционной торговли относятся: неоднозначность определения момента заключения договора при различных способах оформления заказа и оплаты; проблемы с определением ответственности маркетплейсов и агрегаторов; пробелы в регулировании трансграничных сделок и сложности с защитой прав потребителей при покупках у иностранных продавцов; недостатки в регулировании защиты персональных данных и электронных платежей.

Анализ судебной практики подтверждает наличие проблем в правоприменении и указывает на важность роли контролирующих органов, деятельность которых будет проанализирована ниже

В следующем параграфе, мы обратимся к рассмотрению роли государственных органов и саморегулируемых организаций в контроле и надзоре за дистанционной торговлей, анализируя их деятельность и предлагая возможные направления по повышению их эффективности, что позволит нам сформировать целостное понимание сложившейся ситуации, и выработать рекомендации по совершенствованию законодательства в данной сфере.

### **3.2 Роль государственных органов и саморегулируемых организаций в контроле и надзоре за дистанционной торговлей**

Данный параграф посвящен анализу механизмов контроля и надзора за дистанционной торговлей. Эффективный контроль важен для развития рынка, защиты прав потребителей и конкуренции. Цель – исследовать роль государственных органов и саморегулируемых организаций, выявить проблемы и перспективы совершенствования.

Роль и полномочия государственных органов в сфере дистанционной торговли.

Роспотребнадзор – основной орган, контролирующий соблюдение законодательства о защите прав потребителей. Он осуществляет контроль за информацией о товаре, правилами продажи, порядком возврата, гарантийным обслуживанием. Роспотребнадзор проводит проверки, рассматривает жалобы, привлекает к ответственности.

Роспотребнадзор осуществляет следующие функции в сфере дистанционной торговли:

- проведение проверок: как плановых, так и внеплановых, в целях выявления нарушений прав потребителей со стороны продавцов, при этом, вынесение решения о проведении внеплановых проверок возможно только при наличии жалобы от потребителя, или же при наличии информации о конкретных нарушениях;
- рассмотрение жалоб и обращений потребителей, а также принятие мер по устранению выявленных нарушений, включая выдачу предписаний и возбуждение дел об административных правонарушениях;
- привлечение нарушителей к административной ответственности посредством составления протоколов и вынесения постановлений о наложении штрафов, в соответствии с КоАП РФ, а также иных мер воздействия;
- представление интересов потребителей в суде с исками о защите прав неопределенного круга потребителей, в случаях массовых нарушений прав потребителей;
- разъяснительная работа: проведение консультаций и информирование потребителей о их правах и способах защиты, а также информирование продавцов о требованиях законодательства.

Эффективность работы Роспотребнадзора зависит от ресурсов, кадров и оперативности. Не все нарушения удастся выявить из-за анонимности, трансграничного характера торговли и ограничений на внеплановые проверки.

ФНС контролирует применение ККТ, учет доходов и уплату налогов продавцами при дистанционной торговле.

Налогообложение дистанционной торговли имеет особенности, связанные с местонахождением продавца и покупателя, использованием интернет-платформ. ФНС контролирует соблюдение правил налогового учета и уплату налогов, в том числе при трансграничных сделках.

ФНС обеспечивает поступление налогов от дистанционной торговли, но сталкивается со сложностями при трансграничной торговле и уходе от налогов.

ФАС контролирует соблюдение законодательства о рекламе и конкуренции на рынке дистанционной торговли, пресекая недостоверную рекламу и недобросовестную конкуренцию.

ФАС рассматривает дела о нарушениях законодательства о рекламе и недобросовестной конкуренции на рынке дистанционной торговли, выявляет недобросовестных продавцов, которые используют ложную информацию о товарах, или же проводят недобросовестные акции для привлечения покупателей, тем самым формирует добросовестную конкуренцию, а также обеспечивая защиту прав и законных интересов потребителей.

Деятельность ФАС способствует повышению прозрачности и честности на рынке дистанционной торговли, защищая права потребителей от недобросовестной рекламы и недобросовестной конкуренции, а также стимулируя развитие добросовестного бизнеса.

Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций РФ (Минцифры) осуществляет полномочия в сфере регулирования информационных технологий, электронного документооборота, а также электронных подписей, которые используются при дистанционных сделках. Минцифры разрабатывает стандарты и требования к использованию информационных технологий, электронной подписи, а также отвечает за развитие инфраструктуры электронного документооборота.

Минцифры играет важную роль в развитии электронной коммерции и дистанционной торговли, создавая правовые и технические условия для ее развития. Минцифры также участвует в разработке государственной политики

в сфере цифровизации экономики, а также в формировании единого цифрового пространства РФ, и внедрении новых технологий в сфере торговли и электронной коммерции.

Минцифры также разрабатывает рекомендации и стандарты для операторов электронных платежных систем, направленных на обеспечение безопасности и конфиденциальности финансовых операций.

Федеральная служба по финансовому мониторингу (Росфинмониторинг) осуществляет контроль за финансовыми операциями, в том числе и за операциями, осуществляемыми в сфере дистанционной торговли, в целях противодействия отмыванию доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма. Росфинмониторинг осуществляет сбор, обработку и анализ информации о подозрительных финансовых операциях, и направляет информацию в правоохранительные органы.

Росфинмониторинг контролирует операции с электронными денежными средствами, выявляя подозрительные транзакции, которые могут быть связаны с финансированием незаконной деятельности. Продавцы, осуществляющие дистанционную торговлю, обязаны соблюдать требования законодательства о противодействии легализации доходов, полученных преступным путем и финансированию терроризма, и предоставлять информацию о своих финансовых операциях в соответствующие органы.

Роль и функции саморегулируемых организаций (СРО) в сфере дистанционной торговли.

В России действуют саморегулируемые организации (СРО) в сфере электронной коммерции и дистанционной торговли: АКИТ, РАЭК, НАДТ и другие. Членство в СРО, как правило, добровольное.

Основные цели и задачи СРО: разработка стандартов и этических кодексов, содействие добросовестной конкуренции, защита прав и интересов членов СРО, повышение доверия покупателей; разрешение споров.

СРО разрабатывают стандарты и правила для участников дистанционной торговли, касающиеся качества товаров, информации, оформления заказов, доставки и возврата

В случае возникновения споров между участниками СРО, или же между потребителями и членами СРО, организация может выступать в роли посредника, помогая урегулировать спор на досудебной стадии. Вместе с тем, отсутствие обязательности членства в СРО, и отсутствие у них полномочий по привлечению к ответственности нарушителей, снижает их эффективность в урегулировании споров.

Деятельность СРО способствует повышению доверия потребителей, но не всегда гарантирует защиту их прав.

Реальное влияние СРО на рынок дистанционной торговли пока еще является ограниченным. Многие СРО не имеют достаточных полномочий для эффективного контроля за деятельностью своих членов, а также не всегда пользуются доверием со стороны потребителей, в том числе и из-за добровольного характера членства в СРО, и отсутствия реальной ответственности за нарушения, поскольку не все продавцы участвуют в их работе.

СРО сталкиваются с рядом проблем при осуществлении своей деятельности, в том числе с:

- недостаточным финансированием. Ограниченные финансовые ресурсы, которые не всегда позволяют проводить масштабные исследования и проверки деятельности своих членов, и предоставлять юридическую и иную помощь своим членам, а также проводить разъяснительные мероприятия для потребителей;

- отсутствием обязательности участия в СРО. Добровольный характер членства в СРО снижает эффективность их деятельности, поскольку не все продавцы участвуют в их работе, и не все недобросовестные продавцы входят в состав СРО;

– отсутствием полномочий для привлечения к ответственности. СРО не имеют полномочий для привлечения к ответственности продавцов, нарушающих их стандарты и правила, и не могут применять к ним меры принуждения, в том числе и финансовые.

Взаимодействие государственных органов и СРО включает обмен информацией, совместные проверки, участие СРО в разработке нормативных актов. Эффективность сотрудничества недостаточна, отсутствует четкий механизм взаимодействия.

Проблемы и пути совершенствования системы контроля и надзора за дистанционной торговлей.

Анализ деятельности государственных органов по контролю и надзору за дистанционной торговлей выявляет ряд проблем, которые снижают их эффективность. К наиболее распространенным недостаткам относятся:

– недостаточная эффективность проверок. Проверки носят, как правило, плановый характер, а внеплановые проверки проводятся только по жалобам и обращениям граждан, что не позволяет выявить все нарушения в сфере дистанционной торговли;

– государственные органы, часто действуют разобщенно, без достаточной координации и обмена информацией, что снижает эффективность их деятельности. Отсутствует единый орган, который координировал бы действия различных ведомств;

– нехватка квалифицированных кадров. Многие государственные органы не располагают достаточным количеством квалифицированных специалистов, обладающих необходимыми знаниями и навыками в сфере электронной коммерции и информационных технологий;

– ограниченность ресурсов. Недостаточное финансирование и техническое оснащение также являются факторами, которые негативно сказываются на эффективности контрольно-надзорной деятельности государственных органов;

– низкая оперативность. Зачастую, органы государственной власти не реагируют достаточно оперативно на жалобы и обращения потребителей, что приводит к затягиванию сроков рассмотрения дел и снижает эффективность защиты прав потребителей.

Недостаточная осведомленность потребителей о своих правах способствует безнаказанности недобросовестных продавцов.

СРО сталкиваются с проблемами: недостаток полномочий, ограниченная сфера влияния, недобросовестность членов.

Для повышения эффективности деятельности государственных органов в сфере дистанционной торговли, представляется необходимым:

– усилить межведомственное взаимодействие. Создание единой информационной платформы для обмена информацией между различными государственными органами, осуществляющими контроль и надзор за дистанционной торговлей, и координировать их действия, что позволит более эффективно реагировать на нарушения;

– повысить эффективность проверок. Проводить не только плановые, но и внеплановые проверки деятельности продавцов, включая проверки сайтов интернет-магазинов, а также проводить контрольные закупки, и расширить полномочия контролирующих органов, по выявлению нарушений законодательства;

– увеличить штат и повысить квалификацию сотрудников. Необходимо обеспечить государственные органы квалифицированными кадрами, которые обладают необходимыми знаниями и навыками в сфере электронной коммерции, информационных технологий и защиты прав потребителей;

– внедрить новые технологии для контроля и мониторинга онлайн-сделок. Использование автоматизированных систем анализа данных и искусственного интеллекта для выявления недобросовестных продавцов и мошеннических схем, а также для мониторинга соблюдения законодательства в сфере электронной коммерции.

Для укрепления роли и ответственности СРО в сфере дистанционной торговли, представляется необходимым:

- наделить СРО полномочиями для проведения проверок деятельности своих членов и применять меры воздействия в отношении нарушителей, включая штрафы, приостановление членства, и исключение из СРО;
- установить обязательное членство в СРО для определенных категорий участников рынка дистанционной торговли, что обеспечит более широкий охват рынка и повысит эффективность деятельности СРО;
- обеспечить независимость СРО от своих членов, а также создать механизм финансовой устойчивости для них, в том числе за счет государственной поддержки;
- расширить роль СРО в разрешении споров, предоставляя им возможность выступать в качестве медиаторов и арбитров, что позволит снизить нагрузку на судебную систему.

Привлечение общественности к контролю и надзору за дистанционной торговлей, в том числе путем создания общественных организаций и горячих линий для потребителей, может способствовать повышению прозрачности и эффективности системы регулирования, а также повысить ответственность продавцов и маркетплейсов за соблюдение требований законодательства. Необходимо также повышать роль общественных организаций в деле защиты прав потребителей, путем финансирования их деятельности, и предоставления им соответствующих полномочий.

Внедрение новых технологий, таких как искусственный интеллект, блокчейн, и других современных решений, может способствовать автоматизации процессов контроля и надзора за онлайн-сделками, выявляя нарушения и повышая эффективность деятельности контролирующих органов, а также обеспечивая своевременное реагирование на нарушения, и предотвращение их в будущем.

Проведенный анализ показал, что государственные органы и саморегулируемые организации играют важную роль в контроле и надзоре за дистанционной торговлей, осуществляя ряд функций, направленных на обеспечение законности, добросовестности и прозрачности в данной сфере, а также защищая права потребителей и законные интересы продавцов.

Вместе с тем, эффективность существующих механизмов контроля и надзора остается недостаточной, поскольку государственные органы и СРО сталкиваются с рядом проблем, ограничивающих их возможности в обеспечении соблюдения законодательства. К числу таких проблем относятся: недостаток финансирования, отсутствие квалифицированных кадров, не всегда эффективное взаимодействие между ведомствами, а также низкая осведомленность потребителей о своих правах.

В результате проведенного анализа, были выделены основные проблемы и противоречия в деятельности государственных органов и СРО, в частности: отсутствие четкого межведомственного взаимодействия, недостаток полномочий у СРО, нехватка квалифицированных кадров у государственных органов, ограниченность ресурсов и недостаточный уровень осведомленности потребителей о своих правах.

В связи с этим, необходимо дальнейшее совершенствование системы контроля и надзора за дистанционной торговлей, путем усиления взаимодействия между государственными органами и СРО, внедрения новых технологий, а также повышения ответственности участников рынка за нарушение прав потребителей.

Контроль и надзор в сфере дистанционной торговли осуществляются комплексом государственных органов (Роспотребнадзор, ФНС, ФАС, Минцифры, Росфинмониторинг), каждый из которых реализует специфические функции в рамках своей компетенции. Деятельность данных органов направлена на обеспечение соблюдения законодательства, однако ее эффективность снижается из-за недостаточной координации, ограниченности ресурсов и сложностей выявления нарушений, особенно в трансграничном

контексте. Саморегулируемые организации играют вспомогательную роль, разрабатывая стандарты и содействуя разрешению споров, но их влияние ограничено добровольностью членства и отсутствием реальных правоприменительных полномочий.

В следующем параграфе мы сформулируем предлагаемые доработки, с целью устранения выявленных проблем и улучшения практики электронной торговли

### **3.3 Рекомендации по улучшению правового регулирования купли-продажи товаров дистанционным способом через Интернет**

Для устранения терминологической неопределенности, порождающей споры и затрудняющей применение правовых норм, предлагается внести изменения в статью 26.1 Закона РФ «О защите прав потребителей», закрепив следующее определение «дистанционной торговли».

Дистанционный способ продажи товаров и/или оказания услуг – это процедура заключения розничного договора, характеризующаяся отсутствием непосредственного физического контакта между продавцом и потребителем в момент его заключения. Выбор потребителя основывается на информации об объекте сделки, представленной продавцом удаленно с использованием каталогов, веб-ресурсов, фотоснимков или иных средств донесения информации. Заключение договора происходит путем акцепта оферты с использованием средств дистанционной связи (электронной, телефонной и другие.). Исполнение обязательства по передаче товара обычно включает его доставку с привлечением третьих лиц либо возможность его получения покупателем в согласованном месте (самовывоз).

Данное определение позволит четко отграничить дистанционную торговлю от иных форм розничной купли-продажи и устранить возможность неоднозначного толкования положений законодательства, регулирующих данный вид деятельности. Закрепление указанного определения на

законодательном уровне обеспечит единообразное понимание термина «продажа товаров дистанционным способом» всеми участниками рынка и повысит эффективность правоприменения.

С целью обеспечения покупателей полной и достоверной информацией о товаре, предлагается дополнить статью 10 ЗЗПП, а также статью 26.1 ЗЗПП, положениями, устанавливающими более конкретные требования к информации, предоставляемой продавцом в дистанционной торговле. В частности, предлагается установить обязательность предоставления следующих сведений: полное и достоверное описание товара, включая его характеристики, потребительские свойства, комплектность, срок службы, срок годности и иную существенную информацию; сведения о производителе, его полное наименование, адрес, и иная контактная информация; условия гарантийного обслуживания, включая гарантийный срок, порядок гарантийного ремонта и обмена, а также адреса сервисных центров, и иная информация, связанная с гарантийным обслуживанием; порядок возврата товара, включая срок возврата, условия его возврата, а также порядок возмещения денежных средств, и условия, при которых возврат товара невозможен; сведения о продавце, полное наименование юридического лица или ФИО индивидуального предпринимателя, основной государственный регистрационный номер, адрес и иные контактные данные, включая телефон и адрес электронной почты; сведения об условиях оплаты и доставки товара, включая сроки, способы и стоимость доставки, а также возможные ограничения по доставке.

Вся указанная информация должна быть представлена в доступной и понятной форме, а также должна быть легко находима на веб-сайте продавца или ином информационном ресурсе, используемом для дистанционной торговли, и не должна быть замаскирована под иные условия, или иные документы.

Уточнить в статье 26.1 ЗЗПП порядок и сроки возврата товара: расходы по возврату товара ненадлежащего качества несет продавец; срок возврата

денег – не более 3 рабочих дней с момента получения заявления; установить ответственность за нарушение сроков возврата.

Предлагается усилить ответственность продавцов за нарушение прав потребителей при дистанционной торговле, путем увеличения размера штрафов за несоблюдение требований законодательства, а также путем введения дополнительных механизмов защиты прав потребителей, в том числе, путем создания реестра недобросовестных продавцов, а также путем предоставления покупателям возможности обращаться с жалобами на продавцов в режиме онлайн, а также с возможностью подачи коллективных исков.

Предлагается определить в Гражданском кодексе РФ правовой статус, права и обязанности маркетплейсов и агрегаторов. Закрепить субсидиарную ответственность маркетплейса при неполной информации о продавце и при участии маркетплейса в процессе продажи.

Предлагается разработать и внести в Главу 30 ГК РФ нормы, устанавливающие ответственность маркетплейсов и агрегаторов за действия продавцов, использующих их платформы, в случаях, если маркетплейс является агентом продавца, или получает плату за рекламу товара или иные услуги. В частности, маркетплейсы должны нести ответственность за достоверность информации о товаре, размещенной на их платформе, а также за обеспечение надлежащего качества предлагаемых товаров, а также предоставлять потребителю достоверную информацию о продавце.

Предлагается установить требования к информации, которую маркетплейсы и агрегаторы обязаны предоставлять потребителям, включая сведения о продавце, характеристиках товара, а также о своей роли в процессе осуществления сделки. При этом, маркетплейсы и агрегаторы также должны будут информировать потребителей об их правах и механизмах защиты своих законных интересов, а также предоставить возможность связаться с продавцом, а не только с самим маркетплейсом.

Также необходимо упростить процедуру подачи жалоб и обращений потребителей в контролирующие органы, обеспечив возможность подачи жалоб в электронном виде, через единый портал госуслуг, или через иные информационные системы, а также сократить сроки рассмотрения жалоб и принятия соответствующих решений, установив для контрольных органов четкие сроки для ответа на жалобы потребителей.

С учетом роста трансграничной торговли, необходимо внести изменения в раздел VI Гражданского кодекса РФ «Международное частное право» и в Главу 30 ГК РФ для регулирования, в которых участвуют продавцы и покупатели, находящиеся в разных государствах. Необходимо закрепить принципы выбора применимого права и юрисдикции, а также предусмотреть механизмы для разрешения споров с участием иностранных продавцов. Для трансграничной торговли важно установить четкие правила определения юрисдикции, а также создать механизмы для признания и исполнения решений российских судов на территории иностранных государств.

Для защиты прав российских потребителей, которые совершают покупки у иностранных продавцов, необходимо создать механизмы, позволяющие предъявлять иски к иностранным продавцам на территории РФ, а также использовать механизмы международного сотрудничества для обеспечения исполнения вынесенных судебных решений. В частности, необходимо сотрудничать с международными организациями и органами власти других государств в области защиты прав потребителей.

Необходимо ужесточить требования к получению согласия на обработку персональных данных, предусмотрев необходимость получения конкретного, информированного и сознательного согласия от потребителя на каждую цель обработки персональных данных, и исключить возможность получения согласия «по умолчанию», либо использования иных уловок, вводящих потребителя в заблуждение. Необходимо также предоставлять потребителю возможность в любой момент отказаться от обработки своих персональных данных, без каких-либо негативных последствий для себя.

Необходимо расширить права потребителей в отношении их персональных данных, предоставив им право на получение информации о том, какие данные о них собираются и обрабатываются, кто имеет к ним доступ, а также возможность требовать удаления своих персональных данных из баз данных продавца, а также блокировать их обработку.

Необходимо создать эффективный механизм контроля за соблюдением требований законодательства о персональных данных, предусматривающий возможность проведения проверок, привлечение к ответственности нарушителей, а также возмещение ущерба, причиненного субъектам персональных данных.

Необходимо совершенствовать механизмы безопасности платежных систем и банковских карт, путем внедрения современных технологий защиты данных, а также установления более строгих требований к операторам электронных платежей. В частности, необходимо обеспечить обязательное использование двухфакторной аутентификации, токенизации платежных данных, а также иных современных технологий, обеспечивающих безопасность платежей.

Необходимо разработать меры по противодействию фишингу и другим видам мошенничества в интернете, в том числе путем повышения осведомленности потребителей, а также усиления ответственности за распространение мошеннических ссылок и иных неправомерных действий, а также за создание фишинговых сайтов и иные мошеннические действия.

Предложены конкретные меры по изменению законодательства, а также по совершенствованию правоприменительной практики, которые позволят создать более эффективную и справедливую систему регулирования дистанционной торговли, а также установить баланс интересов всех участников рынка.

Решение проблем в сфере дистанционной торговли требует комплексного подхода, включающего не только внесение изменений в законодательство, но и совершенствование правоприменительной практики, а

также развитие механизмов саморегулирования и повышение осведомленности потребителей о своих правах. Необходим системный подход, охватывающий как законодательную, так и исполнительную и судебную ветви власти, а также создание механизмов контроля со стороны общества.

В целях совершенствования правового регулирования дистанционной торговли предлагается внесение изменений в законодательство, направленных на унификацию терминологии путем закрепления легального определения «дистанционной торговли». Необходимо детализировать информационные обязанности продавцов, уточнить порядок и сроки возврата товара и денежных средств, а также усилить ответственность за нарушение прав потребителей. Требуется законодательно определить правовой статус и ответственность маркетплейсов и агрегаторов, усовершенствовать механизмы защиты персональных данных и безопасности электронных платежей, а также разработать нормы для эффективного регулирования трансграничных сделок

## Заключение

Настоящее диссертационное исследование было посвящено комплексному анализу правового регулирования купли-продажи товаров дистанционным способом посредством сети Интернет, как динамично развивающейся формы торговли, требующей особого внимания со стороны законодателя и правоприменителя. Настоящее исследование преследовало цель установления правовой природы дистанционной торговли, выявления ключевых проблем ее нормативного регулирования, а также разработки теоретических основ и практических мер по его совершенствованию с учетом технологического прогресса и интересов участников оборота.

Для реализации поставленной цели были решены следующие задачи, формирующие структуру работы:

- определение понятия - сформулирована дефиниция дистанционной торговли как особого способа заключения договора розничной купли-продажи посредством информационно-коммуникационных технологий без очного взаимодействия сторон;
- идентификация признаков и элементов договора - выделены специфические характеристики и составные части дистанционного договора купли-продажи (особенности оферты, акцепта, информирования, доставки, возврата), отличающие его от классической модели;
- анализ правовой базы - исследована система нормативных актов (включая ГК РФ, ЗоЗПП и другие.), регулирующих отношения субъектов дистанционной торговли;
- изучение прав и обязанностей сторон - проанализирована специфика правового статуса контрагентов по дистанционному договору, в частности, информационные обязанности продавца и права покупателя при обнаружении недостатков товара;

– формулирование предложений - разработаны рекомендации по модернизации законодательства для устранения пробелов и коллизий, а также для усиления защиты прав потребителей.

Актуальность исследования обусловлена динамичным развитием цифровой экономики и возрастающей социально-экономической значимостью дистанционной торговли.

Дистанционные сделки, осуществляемые через сеть Интернет, стали неотъемлемой частью повседневной практики, что, в свою очередь, ставит перед правовой системой новые вызовы и требует адаптации законодательства к современным реалиям. В рамках настоящего исследования были последовательно рассмотрены теоретические основы, исторические предпосылки, особенности правового регулирования и ключевые проблемы дистанционной торговли, с особым акцентом на онлайн-сделках. Были исследованы нормативные акты, судебная практика и доктринальные подходы, что позволило сформировать объективную картину состояния правового регулирования дистанционных продаж в России и наметить перспективы его совершенствования.

В результате проведенного исследования, основанного на анализе действующего законодательства, судебной практики и научных публикаций, были получены следующие основные результаты, вносящие вклад в теорию и практику правового регулирования дистанционной торговли:

Выявлено отсутствие единого легального определения «дистанционной торговли» в российском законодательстве.

Было установлено, что в российском законодательстве отсутствует единое легальное определение «дистанционной торговли». Различные нормативные акты, такие как ГК РФ, ЗЗПП, постановления Правительства РФ, а также иные ведомственные акты используют разные формулировки и подходы к определению данного понятия, что создает терминологическую неопределенность, затрудняет правоприменение и порождает споры между участниками рынка.

Предложено авторское определение дистанционной торговли, отражающее ее специфику. В связи с выявленной терминологической неопределенностью, в работе было предложено авторское определение дистанционной торговли, которое наиболее полно и точно отражает ее специфику, как формы розничной купли-продажи, осуществляемой на расстоянии без непосредственного контакта между сторонами, с использованием средств связи и информации. Данное определение может быть использовано для внесения изменений в действующее законодательство, с целью унификации терминологии и устранения правовой неопределенности.

Неоднозначность терминологии, используемой в законодательстве РФ, приводит к трудностям в правоприменении, создает противоречия в толковании норм права, а также препятствует формированию единообразной судебной практики. Выявленная терминологическая неопределенность подчеркивает необходимость унификации определений и установления их четкого и однозначного понимания в законодательстве.

Исторический анализ показал, что продажа товаров дистанционным способом имеет длительную историю развития, которая прошла несколько этапов от традиционной почтовой торговли и телемаркетинга до современной электронной коммерции. Активное развитие интернет-торговли, начиная с 1990-х годов, поставило перед законодателем новые вызовы, требуя адаптации правового регулирования к новым условиям, и, в частности, к специфике дистанционных онлайн-сделок.

Анализ системы источников правового регулирования дистанционной торговли показал ее комплексный и многоуровневый характер. Включая в себя как нормы конституционного права, так и положения гражданского права, закона «О защите прав потребителей, а также целый ряд подзаконных актов и актов международных организаций. При этом, основную роль в регулировании дистанционной торговли играют федеральные законы, в первую очередь ГК РФ и ЗЗПП.

В результате проведенного анализа установлено, что заключение дистанционного договора купли-продажи характеризуется особенностью формирования оферты и акцепта, наличием электронного документооборота, использованием электронной подписи, а также наличием конклюдентных действий. Исполнение договора, в свою очередь, подразумевает передачу товара, выполнение обязательств по оплате, а также соблюдение порядка доставки и возврата товара.

Продажа товаров дистанционным способом сопряжена с рядом рисков для потребителей, связанными с недостатком информации о товаре и продавце, непрозрачностью условий договора, неисполнением обязательств со стороны продавцов, а также с трудностями при возврате товара и денежных средств. Выявленные проблемы указывают на необходимость совершенствования правового регулирования дистанционной торговли в целях обеспечения более надежной защиты прав и законных интересов потребителей.

В ходе анализа также выявлены проблемы, связанные с использованием персональных данных и электронных платежей при дистанционной торговле. Было отмечено, что продавцы не всегда соблюдают требования законодательства о защите персональных данных, а покупатели сталкиваются с рисками мошенничества и несанкционированного списания денежных средств.

Судебная практика также показала недостаточность регулирования ответственности маркетплейсов и агрегаторов, а также сложность применения законодательства о защите персональных данных и электронных платежах.

Деятельность государственных органов, таких как Роспотребнадзор, ФНС, ФАС, и иных ведомств, играет важную роль в обеспечении соблюдения законодательства о дистанционной торговле, хотя и сталкиваются с проблемами в сфере координации усилий, ограниченных ресурсов и недостатка квалифицированных кадров. Саморегулируемые организации (СРО) также вносят вклад в формирование стандартов добросовестной

торговли, но не обладают достаточными полномочиями для эффективного контроля за своими членами.

По итогам исследования были предложены конкретные рекомендации по совершенствованию законодательства и правоприменительной практики в сфере дистанционной торговли, направленные на устранение выявленных пробелов и противоречий, а также на обеспечение более эффективной защиты прав потребителей и создание условий для развития добросовестной конкуренции.

Результаты проведенного исследования позволяют сформулировать следующие основные выводы:

- продажа товаров дистанционным способом, как форма розничной купли-продажи, имеет свои специфические особенности, обусловленные отсутствием непосредственного контакта между сторонами, использованием средств связи и информационных технологий, а также зависимостью от предоставляемой информации;

- действующее законодательство Российской Федерации, регулирующее дистанционную торговлю, является комплексным и многоуровневым, но имеет ряд пробелов и противоречий, требующих дальнейшего совершенствования, в особенности, в части ответственности маркетплейсов и агрегаторов, и при трансграничных сделках;

- в настоящее время существует проблема неоднозначности терминологии в сфере дистанционной торговли;

- проблемы защиты прав потребителей в дистанционной торговле связаны как с недостатком информации о товаре и продавце, так и с недобросовестностью отдельных продавцов, злоупотреблениями с использованием персональных данных и электронных платежей, а также с неэффективностью механизмов разрешения споров, и требуют поиска новых методов и подходов к решению;

- необходимо совершенствовать деятельность государственных органов и саморегулируемых организаций по контролю и надзору за

дистанционной торговлей, а также повышать правовую осведомленность потребителей о своих правах и способах их защиты, в том числе, путем создания эффективных инструментов для их реализации.

Правовое регулирование дистанционной торговли в РФ характеризуется следующими особенностями:

- разнообразием источников: регулирование осуществляется большим количеством нормативных актов, включая федеральные законы, подзаконные акты, постановления Правительства и разъяснения ведомств, что создает определенные трудности в правоприменительной практике;
- комплексным характером регулирования: нормы о дистанционной торговле пересекаются с нормами гражданского, потребительского, рекламного, информационного и иных отраслей законодательства;
- наличием пробелов и противоречий в законодательстве: требуют дополнительной проработки и конкретизации;
- динамичным характером: законодательство должно адаптироваться к быстро меняющимся условиям развития электронной коммерции и появлению новых технологий, и не должно тормозить развитие добросовестного бизнеса.

При разработке законодательства о дистанционной торговле необходимо учитывать интересы всех участников рынка, обеспечивая защиту прав потребителей и создавая благоприятные условия для развития бизнеса, а также устраняя излишние административные барьеры. Сбалансированный подход к регулированию, направленный на обеспечение прозрачности, честности и ответственности, является необходимым условием для развития добросовестной конкуренции в сфере электронной коммерции, а также для формирования доверия потребителей к дистанционным формам продаж.

Гипотеза о стимулирующем воздействии развития интернет-торговли на национальную экономику, обусловленном созданием адекватного правового регулирования, снижением административного давления и установлением

особого порядка онлайн-продаж, подтвердилась в ходе исследования лишь частично.

Исследование показало, что для эффективного развития дистанционной торговли необходимо комплексное решение следующих задач:

- совершенствование законодательства, регулирующего дистанционную торговлю - необходимо установить четкую терминологию, определить правовой статус маркетплейсов и агрегаторов, создать механизмы защиты прав потребителей, а также урегулировать иные аспекты дистанционной торговли, требующие законодательного вмешательства;

- устранение излишних административных барьеров - необходимо снизить административную нагрузку на предприятия, осуществляющие дистанционную торговлю, путем упрощения процедур регистрации, лицензирования и контроля за их деятельностью;

- создание благоприятных условий для ведения бизнеса в сфере дистанционной торговли - необходимо стимулировать развитие инфраструктуры электронной коммерции, обеспечивать доступ к широкополосному Интернету, развивать систему электронных платежей и создавать иные условия, способствующие развитию дистанционной торговли.

Реализация указанных мер позволит в полной мере реализовать потенциал дистанционной торговли как фактора экономического роста и повышения уровня жизни населения.

Дальнейшие исследования в данной области могут быть направлены на изучение влияния новых технологий (искусственный интеллект, блокчейн, большие данные) на развитие дистанционной торговли, а также на разработку механизмов регулирования новых форм дистанционной торговли (например, торговли через социальные сети, торговли с использованием виртуальной реальности).

На основании проведенного анализа предлагается внести следующие изменения в действующее законодательство:

– уточнить определения дистанционной торговли и смежных понятий, а также закрепить их на законодательном уровне, с целью обеспечения единообразия в правоприменительной практике. В частности, предлагается закрепить легальное определение «дистанционной торговли в ЗЗПП, а также четко определить статус «маркетплейс» и «агрегатор»;

– уточнить положения об электронной подписи и электронном документообороте, а также установить порядок их применения при дистанционных сделках, с учетом современных требований к информационной безопасности и защиты персональных данных;

– определить правовой статус маркетплейсов и агрегаторов, а также установить их ответственность за действия продавцов, использующих их платформы, а также установить их субсидиарную или солидарную ответственность в случаях, предусмотренных законом;

– усовершенствовать механизмы защиты персональных данных потребителей, а также усилить ответственность за нарушение законодательства о персональных данных, в том числе и в части трансграничной передачи данных;

– установить более жесткие требования к безопасности электронных платежей, а также обеспечить возможность оперативного возврата денежных средств в случае мошенничества или несанкционированного списания денежных средств, и внедрить механизмы защиты от фишинга и иных мошеннических схем;

– закрепить механизмы для трансграничных сделок, регулирующие отношения между продавцами и покупателями. Особо следует подчеркнуть, что выявленные пробелы и коллизии указывают на необходимость совершенствования именно Гражданского кодекса РФ как основы регулирования договорных отношений. Хотя разработка конкретных формулировок статей для внесения в Главу 30 ГК РФ требует отдельного глубокого исследования и выходит за рамки задач данной работы, настоящее

исследование обосновывает необходимость такой работы и определяет ключевые направления для будущих законодательных изменений;

- обеспечить единообразное применение норм законодательства о дистанционной торговле на всей территории РФ, с целью предотвращения неоднозначного толкования норм права и противоречивой практики;

- создать эффективные механизмы для досудебного урегулирования споров между продавцами и покупателями, в том числе путем создания единой электронной площадки, позволяющей потребителям подавать жалобы и обращения в электронном виде;

- усилить контроль за соблюдением законодательства о дистанционной торговле, в том числе путем проведения регулярных проверок деятельности интернет-магазинов и иных продавцов, и при необходимости применять соответствующие меры воздействия, как административного, так и гражданско-правового характера.

Для развития механизмов саморегулирования в сфере дистанционной торговли, предлагается:

- установить обязательное членство в СРО для определенных категорий участников рынка электронной коммерции, в том числе для маркетплейсов и крупных интернет-магазинов;

- предоставить СРО полномочия для контроля за деятельностью своих членов, а также для привлечения к ответственности нарушителей, а также для разработки этических стандартов и правил ведения бизнеса в сфере электронной торговли;

- обеспечить независимость СРО от своих членов, а также создать механизм финансовой устойчивости для них, за счет целевого финансирования со стороны государства, или за счет взимания членских взносов.

В целях повышения осведомленности потребителей о своих правах и способах их защиты, необходимо:

- проводить просветительские кампании в СМИ и интернете, направленные на информирование потребителей о правилах и рисках дистанционной торговли;

- создать доступные и понятные информационные ресурсы для потребителей, а также разработать мобильное приложение, позволяющее потребителям быстро и удобно ознакомиться со своими правами и обязанностями продавцов;

- организовать бесплатные консультации для потребителей по вопросам дистанционной торговли, а также создать единый call-центр для получения консультационной и юридической помощи.

Реализация предложенных рекомендаций будет способствовать созданию более справедливой и эффективной системы правового регулирования дистанционной торговли.

Перспективы дальнейших исследований в области правового регулирования дистанционной торговли связаны с необходимостью:

- изучения влияния новых технологий, таких как искусственный интеллект и блокчейн на развитие электронной коммерции, и разработка правового регулирования в данной сфере;

- исследования вопросов регулирования трансграничной дистанционной торговли с использованием криптовалют и других цифровых активов, и особенностей их налогового регулирования;

- проработки механизмов защиты персональных данных потребителей, в том числе при использовании новых технологий, таких как биометрические данные, и иные данные, полученные с помощью технологий искусственного интеллекта.

В заключение настоящего исследования выражается уверенность в том, что результаты данной работы и предложенные рекомендации будут полезны для развития правовой науки и практики, а также для совершенствования правового регулирования дистанционной торговли в Российской Федерации.

Тема правового регулирования дистанционной торговли имеет особую значимость в современной цифровой эпохе, поскольку дистанционные сделки стали неотъемлемой частью повседневной жизни, а их правовое регулирование напрямую влияет на развитие экономики, защиту прав потребителей, и формирование доверия к электронной коммерции. В этой связи, дальнейшие исследования в данной области являются важными и актуальными, поскольку будут способствовать созданию более совершенного правового поля для дистанционной торговли в Российской Федерации, а также в мировом масштабе.

Данный текст представляет собой развернутое заключение, соответствующее требованиям к магистерской диссертации, с подробным анализом основных выводов по каждой главе, и рекомендациями по совершенствованию как законодательства, так и правоприменительной практики.

## Список используемой литературы и используемых источников

1. Архипов В.В. Ответственность информационных посредников в сети Интернет: российский и зарубежный опыт // Закон. – 2017. – № 12. – С. 146–159.
2. Барабачкова М.Н., Корнилова Н.В. Дистанционная купля - продажа товаров: Актуальные проблемы практики // E-Scio. – 2019. – № 10 (37). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/distantsionnaya-kuplya-prodazha-tovarov-aktualnye-problemy-praktiki> (дата обращения: 23.10.2024).
3. Белова О.А. Правовая характеристика существенных условий договора дистанционной купли-продажи, определяющих его место в системе договоров купли-продажи // Legal Concept = Правовая парадигма. – 2015. – № 1 (28). – С. 82–87. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pravovaya-harakteristika-suschestvennyh-usloviy-dogovora-distantsionnoy-kupli-prodazhi-opredelyayushih-ego-mesto-v-sisteme-dogovorov> (дата обращения: 23.10.2024).
4. Блинов А. Продажа товаров дистанционным способом // Журнал Новая бухгалтерия. 2008. № 1. С. 45.
5. Богданова Е.Е. Возмещение убытков в договорных обязательствах // Вестник Университета имени О.Е. Кутафина. 2015. № 10. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vozmeschenie-ubytkov-v-dogovornyh-obyazatelstvah> (дата обращения: 23.10.2024).
6. Бондаренко И.А., Герсга П.В. Проблемы транзакций участников электронной коммерции в России // StudNet. 2021. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-tranzaktsiy-uchastnikov-elektronnoy-kommertsii-v-rossii> (дата обращения: 23.10.2024).
7. Валеев Д.Х., Челышев М.Ю. Договор розничной купли-продажи: продажа товара по образцам и дистанционный способ продажи товара // Учен. зап. Казан. ун-та. Сер. Гуманит. науки. 2010. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/dogovor-roznichnoy-kupli-prodazhi-prodazha>

товара-po-obraztsam-i-distantionnyy-sposob-prodazhi-tovara (дата обращения: 23.10.2024).

8. Варткина О.С. Правовые проблемы заключения и исполнения договоров дистанционной купли-продажи // Молодой ученый. 2019. №12. С. 157-159. URL: <https://moluch.ru/archive/250/57400/> (дата обращения: 23.10.2024).

9. Витрянский В.В. Реформа российского гражданского законодательства: промежуточные итоги. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Статут, 2018. – 528 с.

10. Воронцов Г.А. Гражданское право. Краткий курс. За три дня до экзамена / Воронцов Григорий Арсентьевич. М.: Феникс, 2017. – 238 с.

11. Галец Л.А. Интернет-инвестинг как дистанционный алгоритм розничного финансового инвестиций // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2021. №5-2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-investing-kak-distantionnyy-algoritm-roznichnogo-finansirovaniya-investitsiy> (дата обращения: 23.10.2024).

12. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 11.06.2021) // Российская газета, № 238-239, 08.12.1994.

13. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 01.07.2021, с изм. от 08.07.2021) // Собрание законодательства РФ. – 29.01.1996. – № 5. – ст. 410.

14. Жужома Ю.Н., Козин А.В. Анализ правоприменительной практики электронной коммерции и проблемы продажи программного обеспечения // Экономика и экологический менеджмент. 2017. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-pravoprimenitelnoy-praktiki-elektronnoy-kommertsii-i-problemy-prodazhi-programmnogo-obespecheniya> (дата обращения: 23.10.2024).

15. Зак А.Ю. Нарушения прав потребителей при ненадлежащем исполнении договора дистанционной продажи в Интернете и способы их преодоления // Современное право. 2010. № 8. С. 48.

16. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 22.12.2020) «О защите прав потребителей» // Российская газета, N 8, 16.01.1996.

17. Зиновьева И.С., Гузеева О.Г. Услуги электронной инвестиционной площадки поддержки стартапов // Academy. 2018. № 4 (31). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/uslugi-elektronnoy-investitsionnoy-ploschadki-podderzhki-startapov> (дата обращения: 23.10.2024).

18. Интернет-торговля в России 2019 // Data Insight: [сайт]. – URL: [https://datainsight.ru/eCommerce\\_2019](https://datainsight.ru/eCommerce_2019) (дата обращения: 15.05.2024).

19. Карпычев В.Ю., Шальнова Ю.П. Особенности учета реализации программного обеспечения с использованием современных информационных технологий // Международный бухгалтерский учет. 2017. № 14 (428). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-ucheta-realizatsii-programmnogo-obespecheniya-s-ispolzovaniem-sovremennyh-informatsionnyh-tehnologiy> (дата обращения: 23.10.2024).

20. Карашук О.С. Материальные услуги торговли: теоретические основы и способы практического обеспечения // АНИ: экономика и управление. 2020. №4 (33). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/materialnye-uslugi-torgovli-teoreticheskie-osnovy-i-sposoby-prakticheskogo-obespecheniya> (дата обращения: 23.10.2024).

21. Кондратьев В.А. Правовая природа договора о предоставлении торгового места на розничном рынке // Актуальные проблемы российского права. 2018. № 2 (87). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pravovaya-priroda-dogovora-o-predostavlenii-torgovogo-mesta-na-roznichnom-rynke> (дата обращения: 23.10.2024).

22. Королева А.Н. Защита прав потребителей в условиях формирования цифрового товарного рынка // Юридический вестник Самарского университета. 2017. № 3. URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/zaschita-prav-potrebiteley-v-usloviyah-formirovaniya-tsifrovogo-tovarnogo-rynka> (дата обращения: 23.10.2024).

23. Кузнецова Н.Г. Особенности приобретения мобильных приложений // Электронное приложение к Российскому юридическому журналу. 2018. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-priobreteniya-mobilnyh-prilozheniy> (дата обращения: 23.10.2024).

24. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 28.06.2012 № 17 «О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей» // Российская газета. – № 156. – 11.07.2012.

25. Рассолов И.М. Информационное право: Учебник для вузов – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2011. – 439.

26. Рожкова М.А. Средства и способы правовой защиты сторон коммерческого спора. – М.: Волтерс Клувер, 2006. – 416 с.

27. Савельев А.И. Электронная коммерция в России и за рубежом: правовое регулирование, 2-е изд., переработ. и доп. – М.: Статут, 2016 – 640 с.

28. Талапина Э.В. Право и цифровизация: новые вызовы и перспективы // Журнал российского права. – 2018. – № 2 (254). – С. 5–17.

29. Шерстобитов, А.Е. Гражданско-правовые вопросы охраны прав потребителей. – М.: Издательство МГУ, 1993. – 112 с.

30. Akerlof, G.A. The Market for «Lemons»: Quality Uncertainty and the Market Mechanism // The Quarterly Journal of Economics. – 1970. – Vol. 84, № 3. – P. 488–500.

31. Bamberger, K.A., Mulligan, D.K. Privacy on the Ground: Driving Corporate Behavior in the United States and Europe. – MIT Press, 2015. – 360 p.

32. Howells, G., Schulze, R., Wilhelmsson, T. Rethinking EU Consumer Law. – Sellier European Law Publishers, 2018. – 450 p.

33. Lodder, A.R., Murray, A.D. EU Regulation of E-Commerce: A Commentary. – Edward Elgar Publishing, 2017. – 464 p.

34. Research Handbook on Platform Law and Regulation / Ed. by P. Larouche, M. Peitz. – Cheltenham, UK; Northampton, MA: Edward Elgar Publishing, 2021. – 544 p.
35. Twigg-Flesner, C. (ed.). Research Handbook on EU Consumer and Contract Law. - Edward Elgar Publishing, 2016. - 648 p.
36. Van Alstyne, M.W., Parker, G.G., Choudary, S.P. Pipelines, Platforms, and the New Rules of Strategy // Harvard Business Review. - 2016. - Vol. 94, №4. - P. 54-62.