



**Наталья
Владимировна
КУЗНЕЦОВА,**

доцент кафедры
предпринимательского
и корпоративного права
Университета имени
О.Е. Кутафина (МГЮА),
кандидат юридических
наук, доцент
sirinat164@yandex.ru
125933, Россия, г. Москва,
ул. Садовая-Кудринская, д. 9

Правовое регулирование дистанционной торговли: проблемы и перспективы

Аннотация. В статье исследуются проблемы правового регулирования дистанционного способа продажи товаров в контексте развития цифровых технологий и электронной торговли. Особое внимание уделяется анализу юридических признаков и особенностей осуществления дистанционной торговли, и прежде всего с использованием сети Интернет. Отсутствие существенных административных барьеров, предполагающих жесткое государственное регулирование электронной торговли, не только способствует ее развитию, но и, как показывает судебная практика, порождает негативные последствия, связанные с защитой прав ее участников. Автор приходит к выводу, что баланс публичных и частных интересов в данном случае может быть обеспечен путем создания единообразного терминологического аппарата в сфере дистанционной торговли, более детальной регламентации прав и обязанностей ее участников, совершенствования механизмов разрешения споров.

Ключевые слова: дистанционная торговля, дистанционный способ продажи товаров, электронная торговля, средства дистанционной коммуникации, маркетплейс, агрегатор, ценовая дифференциация.

DOI: 10.17803/2311-5998.2024.120.8.166-173

Nataliya V. KUZNETSOVA,

Associate Professor of the Entrepreneurial and Corporate Law Department
of the Kutafin Moscow State Law University (MSAL),
Cand. Sci. (Law), Associate Professor
sirinat164@yandex.ru
9, ul. Sadovaya-Kudrinskaya, Moscow, Russia, 125993

Legal regulation of distance trading: problems and prospects

Abstract. The article examines the problems of legal regulation of the remote method of selling goods in the context of the development of digital technologies and electronic commerce. Special attention is paid to the analysis of the legal features and peculiarities of remote trading, primarily using the Internet. The absence of significant administrative barriers involving strict state regulation of electronic commerce not only contributes to its development, but also, as judicial practice shows, generates negative consequences related to the protection of the rights of its participants. The author concludes that the balance of public and private interests in this case can be sured by creating a uniform terminological apparatus in the field of distance trading,

more detailed regulation of the rights and obligations of its participants, and improving dispute resolution mechanisms.

Keywords: *remote trading, remote way of selling goods, electronic commerce, means of remote communication, marketplace, aggregator, price differentiation.*

Инновационная модель развития российской экономики характеризуется внедрением новых технологий в организацию товарного обращения, что предполагает использование современных форм и способов осуществления торговой деятельности. При продаже товаров все чаще применяются средства дистанционной передачи информации — телевизионной, радио-, электросвязи, почтовой связи, средства массовой информации и др., т.е. торговля становится дистанционной (от лат. *Distantia* — расстояние).

Понятие «дистанционная торговля» используется в научной литературе и на практике, оно содержалось в Стратегии развития торговли в Российской Федерации на 2011—2015 годы и период до 2020 года¹. В действующем законодательстве такая торговля именуется, как правило, дистанционным способом продажи товаров.

Первоначально это понятие было включено в Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей»² (ст. 26.1), затем в Гражданский кодекс РФ (п. 2 ст. 497), в Модельный торговый кодекс для государств — участников СНГ 2009 г. (ч. 5 ст. 26), а также в некоторые подзаконные нормативные правовые акты. В частности, было принято постановление Правительства РФ от 27.09.2007 № 612 «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом»³, которое отменено в связи с принятием постановления Правительства РФ от 31.12.2020 № 2463 «Об утверждении Правил продажи товаров по договору розничной купли-продажи...»⁴, в котором дистанционной торговле отведен один раздел (п. 12—27, 41, 45, 51). В отличие от постановления Правительства № 612, данный акт, хотя и регулирует правила осуществления дистанционной продажи товаров, не содержит определения продажи товаров дистанционным способом, что представляется необоснованным.

Анализ различных формулировок, приведенных в законодательстве, позволяет выделить некоторые особенности дистанционной торговли.

Прежде всего законодательство не относит дистанционную торговлю к отдельному виду торговли, а считает особым способом ее осуществления. Вместе с тем в Федеральном законе от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности» она рассматривается как форма торговли

¹ Утверждена приказом Минпромторга России от 31.03.2011 № 422 // СПС «Консультант-Плюс».

² СЗ РФ. 1996. № 3. Ст. 140.

³ СЗ РФ. 2007. № 41. Ст. 4894.

⁴ СЗ РФ. 2021. № 3. Ст. 593.



(ч. 2 ст. 8)⁵, как и в ГОСТ Р 51303-2023 «Национальный стандарт Российской Федерации. Торговля. Термины и определения» (п. 73)⁶.

Состав участников дистанционной торговли может отличаться от традиционной купли-продажи, поскольку продавец зачастую действует через посредника, например агрегатора торговли.

В качестве особенностей дистанционной торговли можно назвать сам способ заключения договора купли-продажи. В литературе такой договор называют дистанционной сделкой розничной купли-продажи товаров по аналогии с европейским понятием дистанционного контракта⁷. В случае электронной торговли особый способ передачи данных при заключении сделки некоторые авторы считают основным квалифицирующим признаком, позволяющим отграничить электронную торговлю от традиционных сделок⁸.

В целом правовая природа договорных отношений, складывающихся между сторонами заключаемого договора продажи товара через Интернет, является предметом дискуссий в юридической науке. По мнению одних авторов, при заключении договора на электронной торговой площадке имеет место договор возмездного оказания услуг, другие рассматривают его как агентский договор или смешанный договор⁹.

В литературе также обращается внимание на то, что предмет дистанционной розничной торговли уже договора розничной купли-продажи, поскольку законодательство ограничивает продажу ряда товаров дистанционным способом¹⁰.

Определяющим признаком дистанционной торговли, вытекающим из ее законодательного понятия, выступает невозможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром, что означает для последнего только доступность информации, составляющей описание товара с помощью различных средств связи и других средств ее передачи (каталогов, буклетов, фотоснимков и др.), которые в международно-правовых актах именуются средствами дистанционной коммуникации¹¹.

Значительная часть торговых сделок в настоящее время совершается посредством Интернета. Интернет-торговля (электронная торговля), объемы которой

⁵ СЗ РФ. 2010. № 1. Ст. 2.

⁶ Утвержден приказом Росстандарта от 30.06.2023 № 469-ст. М. : Российский институт стандартизации, 2023.

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

⁸ Демченко М. В., Шайдуллина В. К. Правовое регулирование электронной торговли в условиях функционирования специальных правовых режимов // Предпринимательское право. 2020. № 3. С. 37—45.

⁹ LegalTech в сфере предпринимательской деятельности : монография / отв. ред. И. В. Ершова, О. В. Сушкова. М. : Проспект, 2023. С. 148—149.

¹⁰ Маслова А. Проблема определения предмета дистанционной купли-продажи товаров, или Чем можно торговать дистанционно в розницу // Юстиция. 2019. № 1. С. 36—45.

¹¹ Директива № 97/7/ЕС Европейского парламента и Совета Европейского союза «О защите потребителей по договорам, заключаемым дистанционным способом». Ст. 2 // СПС КонсультантПлюс».

растут огромными темпами, становится наиболее быстро развивающимся дистанционным способом продажи товаров.

Цифровизация существенно влияет на способы ведения бизнеса, в том числе в сфере торговли. В частности, цифровая трансформация экономики ускорила распространение платформенных моделей его осуществления.

Цифровые платформы в сфере торговли представляют собой интегрированные информационные системы, обеспечивающие взаимодействие участников торговли по обмену информацией и по заключению сделок, что приводит к снижению издержек, оптимизации товародвижения, повышению эффективности функционирования товарного рынка. К числу подобных платформ можно отнести электронные торговые площадки (маркетплейсы), которые в литературе часто называют агрегаторами, что не совсем точно.

Наиболее удачное понятие маркетплейса предлагается в Стандартах по взаимодействию маркетплейсов с владельцами пунктов выдачи заказов, которые при определении маркетплейса в качестве онлайн-платформы владельца агрегатора в сети Интернет опираются на формулировку Закона о защите прав потребителей¹².

Что касается агрегатора, то в законодательстве не существует его единого понимания. Так, законодательство об электроэнергетике и платежной системе признает агрегатора в качестве субъекта, оказывающего услуги, а согласно законам об информации и о защите прав потребителей агрегатором является программа для электронных вычислительных машин, сайт и (или) страница сайта в сети Интернет, а субъектом считается их владелец¹³.

В то же время маркетплейс нередко отождествляется с интернет-магазином¹⁴, тогда как согласно ГОСТ Р 51303-2023 интернет-магазин — это торговое предприятие / торговая организация, предназначенная для предоставления покупателю и приема от него посредством сети Интернет сведений, необходимых при совершении покупки¹⁵.

¹² Стандарты по взаимодействию маркетплейсов с владельцами пунктов выдачи заказов (утв. Комиссией по созданию условий саморегулирования в электронной торговле в Российской Федерации, протокол от 03.10.2023 № 15-381) // СПС «КонсультантПлюс».

¹³ См.: постановление Правительства РФ от 27.12.2010 № 1172 «Об утверждении Правил оптового рынка электрической энергии и мощности и о внесении изменений в некоторые акты Правительства РФ по вопросам организации функционирования оптового рынка электрической энергии и мощности» // СЗ РФ. 2011. № 14. Ст. 1916; распоряжение Правительства РФ от 28.04.2018 № 824-р «О создании единого агрегатора торговли» // СЗ РФ. 2018. № 19. Ст. 2797; Федеральный закон от 27.06.2011 № 161-ФЗ «О национальной платежной системе». Ст. 3 // СЗ РФ. 2011. № 27. Ст. 3872; Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации». Ст. 10.4 // СЗ РФ. 2006. № 31. Ст. 3448; Закон о защите прав потребителей. Преамбула.

¹⁴ Приложение к приказу АО «Почта России» от 21.06.2022 № 230-п «Об утверждении Порядка приема и вручения внутренних регистрируемых почтовых отправлений». П. 1 // СПС «КонсультантПлюс».

¹⁵ ГОСТ Р 51303-2023. Национальный стандарт Российской Федерации. Торговля. Термины и определения. П. 55.



Наряду с несомненными преимуществами электронной торговли (снижение издержек, доступность товаров, производимых в России и за рубежом, оперативность заключения сделок и др.), ее развитие порождает ряд негативных факторов, затрагивающих прежде всего права потребителя.

Во-первых, отсутствие полного и достоверного представления о товаре, обусловленное невозможностью непосредственного ознакомления с ним, влечет риск заблуждения покупателя или обмана со стороны продавца, касающихся действительных качества и характеристик товара.

Как показывает анализ судебной практики, основная доля правонарушений, допускаемых при продаже товаров дистанционным способом, связана с непредоставлением потребителю необходимой информации о продаваемых товарах, их продавце, изготовителе, о порядке и сроках возврата товара, последствиях продажи товара ненадлежащего качества¹⁶; с изменением условий продажи после оформления заказа покупателем¹⁷. Вызывают вопросы возможность доказательства приобретения товара через Интернет с оплатой товара безналичным путем¹⁸, а также правомерность взыскания штрафа за отказ от договора розничной купли-продажи по образцам до передачи товара¹⁹ и др.

Таким образом, особенность дистанционной торговли предопределяет необходимость дополнительных гарантий защиты прав потребителя, касающихся качества и других характеристик товара, недоступных для изучения потребителями.

Во-вторых, доступность для продавца персональных данных покупателя при заключении договора дистанционным способом зачастую приводит к фактам появления в открытом доступе информации о пользователях интернет-магазинов, что требует усиления защиты этой конфиденциальной информации.

Развитие информационных технологий в настоящее время привело к широкому внедрению в различные сферы бизнеса технологических решений, разработанных на основе искусственного интеллекта. В торговле технологии искусственного интеллекта позволяют анализировать и прогнозировать покупательский спрос, регулировать ценообразование, оптимизировать поставки товаров и т.д. Применение технологии анализа больших данных с помощью искусственного интеллекта (о предпочтениях, покупках, финансовых возможностях и т.п. различных потребителей) позволяет выяснить способность отдельных потребителей приобретать определенные виды товаров и платить за них более высокую цену и, таким образом, устанавливать разные цены для различных категорий потребителей, что приводит к их дискриминации.

Ценовая дифференциация применяется достаточно давно и в целом не признается законодательством правонарушением (например, установление льготных

¹⁶ Обзор судебной практики по делам о защите прав потребителей (утв. Президиумом Верховного Суда РФ 19.10.2022). П. 3 // Бюллетень Верховного Суда РФ. 2022. № 12.

¹⁷ Обзор судебной практики по делам о защите прав потребителей (утв. Президиумом Верховного Суда РФ 18.10.2023). П. 3 // Бюллетень Верховного Суда РФ. 2024. № 1.

¹⁸ Постановление Арбитражного суда Западно-Сибирского округа от 11.10.2017 № Ф04-4127/2017 по делу № А67-358/2017 // СПС «КонсультантПлюс».

¹⁹ Определение Судебной коллегии по гражданским делам Верховного Суда РФ от 01.12.2015 № 127-КГ15-18 // СПС «КонсультантПлюс».

цен для социально незащищенных граждан, скидок для постоянных покупателей и др.). В частности, при рассмотрении судами споров о нарушении антимонопольного законодательства обоснованность различий в ценах на один и тот же товар оценивается с учетом требований закона об отдельных видах договоров и объективных условий деятельности хозяйствующего субъекта. Как указал Верховный Суд РФ, допускается установление в публичных договорах различных цен для потребителей разных категорий, определяемых исходя из объективных критериев (п. 2 ст. 426 ГК РФ)²⁰. Однако, как можно заметить, такие критерии не определены в законодательстве. Данный пробел следовало бы восполнить, предусмотрев соответствующие правила в Законе «О защите прав потребителей».

Торговля выполняет важные экономические и социальные функции, поддерживая уровень жизни и занятости населения, развитие малого бизнеса и конкуренции, вносит существенный вклад в ВВП России, способствует развитию производства. В связи с этим государство стремится создавать благоприятные условия для ее развития, поддерживать формирование комфортной среды для граждан и предпринимателей через развитие многоформатной инфраструктуры торговли, в том числе электронной торговли как наиболее доступной и эффективной ее формы. Использование электронных торговых площадок не только позволяет быстро и всесторонне удовлетворять разнообразные потребности множества розничных и оптовых продавцов и покупателей, но и поддерживать высокий уровень конкуренции на товарном рынке²¹.

Как отмечается в Стратегии развития торговли в Российской Федерации на период до 2025 года, одной из главных причин такого роста и востребованности данного формата торговли является отсутствие существенных административных барьеров, предполагающих наличие жесткого регулирования организации и ведения электронной торговли²².

Вместе с тем развитие электронной торговли в условиях неупорядоченности ее правового регулирования, как уже отмечалось, влечет негативные последствия для защиты прав потребителей и других участников торговой деятельности. В настоящее время нет «прозрачного» и однозначного толкования, а самое главное — применения на практике всеми участниками рынка законодательных норм и правил торговли, которые могут распространяться на дистанционные способы продажи товаров²³.

²⁰ Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 04.03.2021 № 2 «О некоторых вопросах, возникающих в связи с применением судами антимонопольного законодательства». П. 19 // Бюллетень Верховного Суда РФ. 2021. № 5.

²¹ Андреева Л. В. Коммерческое (торговое) право : учебник. М. : КноРус, 2024. С. 200.

²² Стратегия развития торговли в Российской Федерации на период до 2025 года (проект). Разработан Минпромторгом России // URL: <https://minprom.samregion.ru/wp-content/uploads/sites/9/2019/10/proekt-Strategii-razvitiya-torgovli-v-RF.pdf?ysclid=I90shb5pfg187300696> (дата обращения: 17.05.2024).

²³ ГОСТ Р 57489-2017. Национальный стандарт Российской Федерации. Руководство по добросовестной практике продажи товаров дистанционным способом с использованием сети Интернет (утв. приказом Росстандарта от 07.06.2017 № 500-ст). М. : Стандартинформ, 2017.



Серьезной проблемой являются также предупреждение и разрешение возникающих при этом конфликтов. Следует согласиться с мнением ученых, что электронная торговля предполагает и электронный порядок урегулирования претензий и разногласий ее участников²⁴.

Вопрос о регулировании отношений участников электронной торговли действительно стал актуальным. Выступая на заседании Государственной Думы 10.05.2024, Председатель Правительства РФ М. В. Мишустин заявил о необходимости регулирования деятельности маркетплейсов, поскольку в отношении этих цифровых посредников у граждан возникает много вопросов.

Обеспечить баланс публичных и частных интересов в сфере дистанционной торговли возможно путем более детальной регламентации прав и обязанностей ее участников, четкого определения правового статуса интернет-магазинов, агрегаторов, маркетплейсов, урегулирования спорных вопросов взаимодействия потребителей, продавцов и посредников, совершенствования электронных механизмов защиты прав и разрешения споров.

В целях упорядочения правового регулирования надлежит обеспечить единообразие применяемой терминологии, привести в соответствие понятия различных нормативных правовых актов о дистанционной торговле. Необходимость создания единообразного понятийного и терминологического аппарата в сфере дистанционной торговли отмечается многими авторами²⁵.

Основой для этого должны быть разработка и включение в законодательство базовых понятий в сфере дистанционной и электронной торговли, что могло бы способствовать более единообразному пониманию и применению законодательства. Такой основой может стать понятийный аппарат в области электронной торговли, впервые разработанный и предусмотренный в Стратегии развития торговли в Российской Федерации на период до 2025 года.

Вместе с тем данный понятийный аппарат стоило бы использовать и при принятии специального закона об электронной торговле, проекты которого неоднократно предлагались к рассмотрению, но не были приняты²⁶.

Таким образом, ликвидация пробелов правового регулирования в сфере электронной торговли способствовала бы не только разрешению правовых коллизий и повышению степени правовой защищенности ее участников, но и решению государственных задач по созданию благоприятных «нормативно-правовых условий для стимулирования деловой активности участников электронной торговли, формирования конкурентной среды и создания комфортного потребительского климата для населения»²⁷.

²⁴ Дьяконова М. О. Альтернативные способы разрешения споров с участием потребителей // Вестник гражданского процесса. 2020. № 6. С. 42—65.

²⁵ См., например: Крюкова Е. С. Дистанционный способ продажи товаров в аспекте защиты прав потребителей // Гражданское право. 2023. № 1. С. 20—23 ; Демченко М. В., Шайдуллина В. К. Указ. соч.

²⁶ См., например: проекты законов «Об электронной торговле» № 11081-3 (URL: <https://sozd.duma.gov.ru/bill/11081-3>) ; № 136018-4 (URL: <https://sozd.duma.gov.ru/bill/136018-4>) (дата обращения: 17.05.2024).

²⁷ См.: Стратегия развития торговли в Российской Федерации на период до 2025 года (проект).

БИБЛИОГРАФИЯ

1. *Андреева Л. В.* Коммерческое (торговое) право. — М. : КноРус, 2024. — 252 с.
2. *Демченко М. В., Шайдуллина В. К.* Правовое регулирование электронной торговли в условиях функционирования специальных правовых режимов // Предпринимательское право. — 2020. — № 3. — С. 37—45.
3. *Дьяконова М. О.* Альтернативные способы разрешения споров с участием потребителей // Вестник гражданского процесса. — 2020. — № 6. — С. 42—65.
4. *Крюкова Е. С.* Дистанционный способ продажи товаров в аспекте защиты прав потребителей // Гражданское право. — 2023. — № 1. — С. 20—23.
5. *Лаптев В. А., Соловяненко Н. И.* Дистанционная сделка и электронная подпись: правовая конструкция и форма заключения // Юрист. — 2022. — № 12. — С. 16—22.
6. LegalTech в сфере предпринимательской деятельности : монография / отв. ред. И. В. Ершова, О. В. Сушкова. — М. : Проспект, 2023. — 200 с.
7. *Маслова А.* Проблема определения предмета дистанционной купли-продажи товаров, или Чем можно торговать дистанционно в розницу // Юстиция. — 2019. — № 1. — С. 36—45.

