

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра гражданского права и процесса

**Гражданско-правовая характеристика правоотношений розничной купли-
продажи, осуществляемой дистанционным способом**

АВТОРЕФЕРАТ МАГИСТЕРСКОЙ РАБОТЫ

студента 3 курса 362 группы
направления подготовки 40.04.01 – «Юриспруденция»
юридического факультета

Симогановой Ксении Михайловны

Научный руководитель
доцент кафедры гражданского
права и процесса,
канд. юрид. наук, доцент

И.М. Конобеевская

Заведующий кафедрой
гражданского права и процесса
канд. юрид. наук, доцент

Е.Н. Тогузаева

Саратов
2025

Введение

Стремительное развитие информационных технологий привело к видоизменению общественных отношений в сфере осуществления купли-продажи товаров. В течение последних лет дистанционный способ продажи товаров набирает все большую популярность. Рынок электронной коммерции представлен большим количеством маркетплейсов, таких как «Wildberries», «Ozon», «Tmall», «Joom» и др. Вместе с тем, в данной сфере появляются и новые агрегаторы, такие как «СберМегаМаркет», «KazanExpress», которые также с каждым днем привлекают все большее количество клиентов.

Определенное влияние на развитие дистанционной торговли оказала пандемия COVID-19, которая без сомнения разделила мир, в том числе и с экономической точки зрения, на «до» и «после». Рынок электронной коммерции в России еще до пандемии коронавируса имел высокие показатели. По данным Ассоциации электронных коммуникаций (РАЭК), в 2019 году этот сегмент экономики принес в российский бюджет 4,173 триллиона рублей, что на 20 процентов больше, чем годом ранее. Принятые меры социальной изоляции, введенные в условиях пандемии, стали причиной спада экономической активности в большинстве отраслей экономики, среди которых сектор розничной торговли и сфера услуг оказались наиболее пострадавшими.

С другой стороны, эти меры усилили уже имеющуюся ранее тенденцию в сторону увеличения объема розничной продажи товаров дистанционным способом. По данным отчета Ассоциации компаний интернет-торговли (АКИТ), за прошедшие полгода 2025 г. оборот онлайн-продаж в Российской Федерации составил 5,3 трлн рублей, продемонстрировав рост на 36% в сравнении с данными за 2024 год. Практически все сделки (97%) были заключены на российских маркетплейсах, что свидетельствует о доминировании локальных платформ в цифровой торговле. В общей структуре розничного товарооборота доля e-commerce увеличилась до 22,4% против 15,2% предыдущего года.

Вышеизложенные обстоятельства привели к изменениям в правовом регулировании розничной купли-продажи, в том числе осуществляющейся дистанционным способом. Так, с 1 января 2021 года вступили в силу новые правила розничной продажи товаров, установленные постановлением Правительства Российской Федерации от 31.12.2020 г. № 2463.

Согласно пояснительной записке к проекту данного постановления «... в Правилах продажи товаров по договору розничной купли-продажи предполагается выделить: специфику продажи товаров по договору розничной купли-продажи применительно к различным форматам торговли;

...особенности продажи товаров дистанционным способом, а также особенности продажи отдельных видов товаров».

Вместе с тем был принят Федеральный закон от 31.07.2025 № 289-ФЗ «Об отдельных вопросах регулирования платформенной экономики в Российской Федерации», направленный на определение правовых основ платформенной экономики в Российской Федерации и регулирование отношений, возникающих между операторами посреднических цифровых платформ, их партнерами и пользователями в связи с продажей товаров, выполнением работ, оказанием услуг. Данным законом установлены цели регулирования платформенной экономики, в частности создание безопасной цифровой среды на цифровых платформах, обеспечение баланса экономических интересов хозяйствующих субъектов, функционирующих в сфере платформенной экономики, а также повышение доступности осуществления торговой деятельности, выполнения работ, оказания услуг для хозяйствующих субъектов, в том числе субъектов малого и среднего предпринимательства.

Практика реализации розничной продажи товаров дистанционным способом имеет ряд правовых проблем, связанных с установлением категорий товаров, реализация которых дистанционным способом не разрешена; осуществлением возврата товара; определением правового статуса участников дистанционной купли-продажи; привлечением участников розничной купли-продажи, осуществляющей дистанционным к гражданско-правовой ответственности; наслоением локального регулирования на правовое регулирование, что может вызывать противоречия между ними и т.д.

Все вышеизложенное обуславливает **актуальность** магистерского исследования и вызывает необходимость в дополнительном анализе норм правового регулирования розничной купли-продажи товаров дистанционным способом и практики их применения.

Научная новизна магистерского исследования заключается в том, что в настоящей работе проведен анализ нормативных правовых актов, регулирующих общественные отношения, в сфере осуществления розничной купли-продажи товаров, осуществляющей дистанционным способом, рассмотрены наиболее актуальные проблемы правового регулирования отношений между различными субъектами дистанционной купли-продажи.

Степень теоретической разработанности темы. Изучению правового регулирования дистанционной купли-продажи занимались такие авторы, как И.В. Костюк, И.Р. Салиев и др. Вместе с тем, отдельные вопросы регулирования розничной купли-продажи товаров, осуществляющей дистанционным способом, стали предметом исследования таких авторов как

В.В. Архипова, А.А. Бельской, Н.А. Внукова, А.В. Гусарова, Н.В. Емановой, Е.В. Килинкаровой, Н.В. Мелащенко, Л.А. Саинской, К.В. Соловьева, М.Ю. Шандры и др.

Целью магистерской работы является исследование правового регулирования правоотношений розничной купли-продажи, осуществляемой дистанционным способом, а также комплексный анализ содержания общественных отношений в данной сфере.

Для достижения поставленной цели определены следующие **задачи**:

- 1) рассмотреть историю возникновения и развития дистанционной купли-продажи;
- 2) определить понятие и правовые особенности розничной купли-продажи, осуществляемой дистанционным способом;
- 3) рассмотреть понятие и виды участников розничной купли-продажи, осуществляемой дистанционным способом;
- 4) проанализировать права и обязанности участников дистанционной купли-продажи;
- 5) рассмотреть гражданско-правовую ответственность участников розничной купли-продажи, осуществляемой дистанционным способом.

Объектом исследования являются общественные отношения, возникающие в сфере осуществления розничной купли-продажи товаров, осуществляемой дистанционным способом.

Предмет исследования составляет нормы права, регулирующие общественные отношения в сфере осуществления розничной купли-продажи товаров, осуществляемой дистанционным способом.

Правовая основа работы сформирована на основе Конституции Российской Федерации, федеральных законов, законов Российской Федерации и др.

Теоретическую основу работы составляют труды российских ученых в области гражданского права и гражданского процессуального права, а также общей теории права.

Методологическую основу работы составляют различные методы, как общенаучные, так и специальные методы научного познания. В частности, диалектический, метод системного анализа, сравнительно-правовой, формально-юридический, статистический методы.

Теоретическая значимость работы определяется тем, что разработанные выводы и предложения расширяют сферу научных знаний в области правового регулирования дистанционной розничной купли-продажи в Российской Федерации.

Результаты работы имеют **практическую значимость**, предполагают возможность использования сформулированных в ней выводов и предложений в ходе дальнейшего реформирования законодательства в сфере защиты прав потребителей при продаже товаров дистанционным способом.

Основные положения, выносимые на защиту:

1) Считаем целесообразным внести дополнение в ст. 26.1 Закона «О защите прав потребителей», указывающее на неприменение Перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих обмену, к правоотношениям дистанционной купли-продажи.

2) Внести дополнение в преамбулу закона «О защите прав потребителей», включив в понятийный аппарат легальное определение товара «ненадлежащего качества», определив его как товар, не соответствующий обязательным требованиям, предусмотренным законом или договором или целям, для которых товар такого рода обычно используется, либо целям, о которых потребитель поставил в известность продавца при заключении договора, либо не соответствующий образцу и (или) описанию при продаже товара по образцу и (или) описанию или требованиям стандарта, если стандартом предусмотрены обязательные требования к качеству.

3) Произвести систематизацию норм, регулирующих правоотношения дистанционной купли-продажи, путем их объединения в едином нормативно-правовом акте.

4) В целях восстановления баланса интересов и пресечения недобросовестного поведения потребителей считаем целесообразным внести в Закон «О защите прав потребителей» статью, закрепляющую ответственность потребителя.

Структура выпускной квалификационной работы обусловлена ее содержанием и состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка.

Апробация результатов исследования. По теме магистерского исследования автор принимал участие в IX Всероссийской научно-практической конференции «Современный цивилистический процесс: публично-правовые и частноправовые составляющие», 28 марта 2025, с темой выступления: «Электронная переписка как средство доказывания по спорам, возникающим в сфере дистанционной купли-продажи товаров», а также автором опубликована научная статья: Симоганова К.М. К вопросу применимости Перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих обмену, к дистанционному способу продажи товаров // Цивилистика: право и процесс, 2024. № 4 (28). С. 32-37.

Основное содержание работы

Во **введении** обоснована актуальность темы исследования, определены его цель и задачи, дана общая характеристика методологической основы выпускной квалификационной работы, показана теоретическая и практическая значимость результатов исследования, изложены основные положения, выносимые на защиту, отражена апробация результатов исследования.

Первая глава «Общая характеристика розничной купли-продажи, осуществляемой дистанционным способом» включает в себя два параграфа:

в параграфе 1.1. *«История возникновения и развития дистанционной купли-продажи»* содержится исследование исторического пути развития дистанционной купли-продажи как в мире, так и в России. Автор приходит к выводу, что дистанционная торговля представляет собой не продукт цифровой эпохи, а результат длительной эволюции, тесно связанной с научно-техническим прогрессом и трансформацией правовых и экономических отношений. Выделены ключевые этапы: возникновение торговли по каталогам, развитие телевизионных и телефонных каналов продаж, и, наконец, революционный переход к электронной коммерции с появлением интернета и таких платформ, как Amazon. Особое внимание уделено специфике развития и периодам стагнации (эпоха «Роспосылторга») и возрождения дистанционной торговли в России. Автором сделан вывод, что современный этап дистанционной купли-продажи характеризуется полной цифровизацией и доминированием онлайн-торговли, что свидетельствует о непрекращающейся эволюции данной формы гражданско-правовых отношений.

В параграфе 1.2. *«Понятие и правовые особенности розничной купли-продажи, осуществляемой дистанционным способом»* автором указано, что розничная купля-продажа, осуществляемая дистанционным способом представляет собой вид розничной продажи товаров, осуществляемой в рамках заключаемых договоров купли-продажи, при котором покупатель до момента получения товара, то есть до момента его доставки, имеет возможность ознакомиться с товаром, его признаками и свойствами только с помощью информации о товаре, а также с помощью наглядного его изображения в печатном материале или на веб-странице в сети Интернет.

Вместе с тем, участники дистанционной торговли не вступают в личный контакт для заключения договора розничной купли-продажи и доставки товара. Таким образом, к дистанционной торговле могут быть отнесены любые продажи, которые осуществляются покупателем в отсутствии реального продавца на основании информации, полученной из источников, указанных в законодательном определении дистанционной торговли.

Автором выделены следующие признаки, характеризующие различную куплю-продажу, осуществляемую дистанционным способом:

1. Использование электронных средств обмена данными при оформлении договорных обязательств.
2. Дистанционный способ взаимодействия между участниками данного правоотношения.
3. Автоматизированный процесс получения и обработки заказа покупателя, возможность приобретения товара, а соответственно и заключения договора, в любое удобное для покупателя время.
4. Субъектный состав данных правоотношений осложнен появлением новых субъектов.

Указано, что правоотношения в сфере дистанционной купли-продажи имеют достаточно обширную нормативно-правовую базу. Вместе с тем, имеются некоторые сложности при определении правового регулирования в данной сфере. Это связано с тем, что правовые нормы, регулирующие дистанционную куплю-продажу товаров не систематизированы, а содержатся в различных правовых актах, что может привести к коллизиям и пробелам в правовом регулировании. В этой связи предложено произвести систематизацию норм, регулирующих правоотношения дистанционной купли-продажи, путем их объединения в едином нормативно-правовом акте.

Также автор отмечает, что некоторые нормативно-правовые акты в сфере дистанционной купли-продажи утратили силу, и, несмотря на то, что им на смену были приняты новые нормативно-правовые акты, многие правоотношения остались нормативно не урегулированы. В этой связи предложено на законодательном уровне определить перечень товаров, реализация которых не допускается дистанционным способом.

Вторая глава «Правовое положение участников правоотношений розничной купли-продажи, осуществляемой дистанционным способом» включает в себя два параграфа:

в параграфе 2.1. «Понятие и виды участников розничной купли-продажи, осуществляемой дистанционным способом» автором указано, что участники правоотношений розничной купли-продажи, осуществляемой дистанционным способом, условно подразделяются на две группы. К первой группе участников дистанционной купли-продажи относятся хозяйствующие субъекты: продавец и покупатель (потребитель).

Продавцом в сфере дистанционной купли-продажи могут быть субъекты предпринимательской деятельности, которыми являются индивидуальные предприниматели, юридические лица. Проанализировав нормы действующего законодательства, можно сделать вывод, что осуществлять дистанционную

куплю-продажу вправе также лица, применяющие специальный налоговый режим (плательщики налога на профессиональный доход). Законодатель определяет потребителя (покупателя) в отношениях купли-продажи как гражданина, который намеревается приобрести либо приобретающий или использующий товары исключительно для личных, семейных, домашних или иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельностью. Представляется, что данное определение, применительно к сфере купли-продажи, осуществляемой дистанционным способом, не отображает в полной мере специфику данных правоотношений. В связи с этим предлагаем следующее определение понятия «покупатель (потребитель) в сфере дистанционной купли-продажи» – это физическое лицо, обладающее полной дееспособностью, использующее торговую интернет-площадку, сайт и (или) страницы сайта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», имеющее намерение заказать или приобрести либо заказывающий, приобретающий или использующий товары исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

Ко второй группе участников дистанционной купли-продажи относятся агрегаторы (площадки для осуществления онлайн-торговли). Законодатель не дает определение понятия «агрегатор» или «маркетплейс», однако, Закон Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» (далее – Закон о защите прав потребителей) в преамбуле содержит определение «владелец агрегатора информации о товарах (услугах)».

в параграфе 2.2. «Права и обязанности участников дистанционной купли-продажи» выявлено, что потребитель (покупатель) и продавец розничной купли-продажи, осуществляемой дистанционным способом, обладают рядом взаимных прав и обязанностей.

Покупатель и продавец находятся в неравном положении относительно друг друга, покупатель является более «слабой» стороной в данных правоотношениях, в связи с этим он имеет больший объем прав, чем продавец, в свою очередь на продавца возложено больше обязанностей, чем на покупателя. Также стоит отметить, что права и обязанности покупателя и продавца имеют свою специфику, обусловленную дистанционным способом продажи товаров. Так, например, для возврата товара надлежащего качества при дистанционном способе купли-продажи установлен семидневный срок, а в случае, если информация о порядке и сроках возврата товара надлежащего качества не была предоставлена в письменной форме в момент доставки товара, потребитель вправе отказаться от товара в течение трех месяцев с момента

передачи товара, в то время как для купли-продажи, осуществляющейся традиционным способом, данный срок равен 14 дням.

Вместе с тем, анализ положений Закона о защите прав потребителей, введенных Федеральным законом № 250-ФЗ, позволяет сделать вывод о дисбалансе в правовом статусе владельца агрегатора. Законодатель возложил на него значительный объем информационных и финансовых обязанностей, направленных на защиту прав потребителей. Однако при этом права агрегатора в правоотношениях «агрегатор-потребитель» сведены к минимуму и ограничиваются правом отказать в возврате предоплаты при подтверждении передачи товара. Представляется, что такой подход выбран законодателем, прежде всего ввиду того, что владелец агрегатора воспринимается как «субъект посредник», ответственный за обеспечение дистанционной торговли. Основной объем прав владельца агрегатора сформирован не в рамках законодательства о защите прав потребителей, а в частноправовом поле – через детальную регламентацию договорных отношений с продавцами (агентских, комиссии и иных), которые не относятся к сфере розничной купли-продажи.

Третья глава «Гражданско-правовая ответственность участников розничной купли-продажи, осуществляющейся дистанционным способом».

Автором сделан вывод о том, что механизм ответственности в сфере дистанционной купли-продажи является комплексным и направлен на обеспечение защиты прав всех участников данных правоотношений. Под гражданско-правовой ответственностью за нарушение обязательств в сфере продажи товаров дистанционным способом следует понимать установленные соглашением, законом меры воздействия, предусматривающие наступление отрицательных последствий для участников данных правоотношений. При этом круг субъектов, которые могут быть привлечены к ответственности, не ограничивается лишь сторонами договора купли-продажи – продавцом и покупателем.

Особую роль в этих правоотношениях играет владелец агрегатора – информационного посредника, который организует взаимодействие между продавцом и потребителем. В соответствии с действующим законодательством владелец агрегатора несет самостоятельную гражданско-правовую ответственность, например в связи с предоставлением покупателю недостоверной или неполной информации о товаре либо о продавце. Ответственность продавца за нарушение обязательств в сфере продажи товаров дистанционным способом достаточно четко регламентируется существующим законодательством: ГК РФ, Законом «О защите прав потребителей» и другими нормативно-правовыми актами.

Сделан вывод, что ГК РФ достаточно четко регламентирует вопросы ответственности по договору розничной купли-продажи, которые также применимы к отношениям дистанционной купли-продажи. Закон «О защите прав потребителей» также определяет ответственность продавца и устанавливает, что за нарушение прав потребителей продавец несет ответственность, которая предусмотрена законом или договором. Стоит отметить, что по отношению к продавцу дистанционной купли-продажи закон предусматривает большое количество норм в части ответственности, однако, ответственность покупателя не урегулирована и оставлена законодателем без внимания. В связи с этим представляется целесообразным ввести в закон норму, предусматривающую ответственность покупателя, в том числе за действия, которые можно признать недобросовестными.

В заключении работы представлены основные результаты проведенного исследования, а также предложены рекомендации по совершенствованию действующего законодательства в сфере розничной купли-продажи, осуществляемой дистанционным способом.