

УДК 347.451

## СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ДИСТАНЦИОННОЙ ТОРГОВЛИ

**Марьяна Каральбиевна Кочесокова**

старший преподаватель

kochesokova92@mail.ru

Северо-Кавказский институт – филиал РАНХиГС

г. Пятигорск

магистрант

Северо-Кавказский федеральный университет

г. Ставрополь

**Аннотация.** Стремительное развитие цифровых технологий и рост объемов дистанционной торговли, особенно в сегменте трансграничной электронной коммерции, опережают эволюцию нормативно-правовой базы. Это порождает значительные правовые пробелы и проблемы, требующие комплексного научного осмысления и законодательных решений. В статье рассматриваются вопросы правового регулирования в сфере дистанционной торговли на фоне прогресса цифровых технологий и онлайн-коммерции. Акцент сделан на рассмотрении юридических характеристик и специфики ведения дистанционной торговли, в частности через Интернет. В статье анализируются наиболее значимые современные проблемы правового регулирования дистанционной торговли.

**Ключевые слова:** дистанционная торговля, электронная торговля, цифровые технологии, правовое регулирование.

Стремительное развитие информационно-коммуникационных технологий коренным образом преобразовало традиционные механизмы коммерции, способствуя глобальному распространению дистанционной торговли. Электронная торговля, определяемая в широком смысле как экономическая деятельность, реализующаяся посредством электронных информационных технологий, а в узком — как коммерческая деятельность по купле-продаже товаров или услуг в сети Интернет, стала неотъемлемым элементом современной экономики. Однако динамичный рост этого сектора опережает развитие нормативно-правовой базы, что порождает значительные правовые пробелы и проблемы в регулировании. Актуальность данных вопросов подтверждается активной нормотворческой деятельностью на международной арене: реформы предпринимаются как в Евразийском экономическом союзе (ЕАЭС), так и в Европейском союзе, где разрабатываются новые подходы к регулированию трансграничной электронной коммерции.

Российская экономическая система на современном этапе выделяется введением технологических новшеств, которые перерабатывают структуры товарного обмена. Это трансформирует подходы и механизмы для ведения коммерческих операций в соответствии с текущими тенденциями. При продаже товаров все чаще применяются средства дистанционной передачи информации, торговля становится дистанционной.

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 года. В действующем законодательстве такая торговля именуется, как правило, дистанционным способом продажи товаров [1].

Законодательство не выделяет дистанционную торговлю в отдельный вид торговой деятельности, а рассматривает ее как особый способ реализации товаров. Участники дистанционной торговли могут отличаться от сторон традиционной купли-продажи, поскольку продавец часто действует через посредников, таких как агрегаторы торговых площадок.

Современная рыночная практика характеризуется существенным ростом числа операций, осуществляемых посредством сети Интернет. Электронная коммерция, характеризующаяся быстрым увеличением объемов, стала наиболее активно прогрессирующим направлением дистанционных продаж. Процесс цифровизации существенно трансформировал механизмы предпринимательской деятельности, включая торговые процессы. В частности, цифровая трансформация экономических отношений обусловила широкое распространение платформовых бизнес-моделей в коммерческой сфере.

Платформы цифровой торговли выступают в качестве сложных информационно-коммуникационных структур, обеспечивающих эффективное взаимодействие всех участников рынка для обмена информацией и осуществления коммерческих транзакций. Подобная инфраструктура способствует сокращению операционных затрат, оптимизирует логистику и повышает общую эффективность функционирования товарных рынков.

Ключевым признаком дистанционной торговли, который следует из ее законодательного определения, является отсутствие возможности для покупателя непосредственно ознакомиться с товаром. Это означает, что покупатель может получить информацию о товаре только через его описание, передаваемое с использованием различных средств связи и других способов передачи данных (например, каталогов, буклетов, фотографий и т.д.). В международных правовых актах такие способы передачи информации называются средствами дистанционной коммуникации.

Обеспечение равновесия между общегосударственными и индивидуальными интересами в области дистанционной торговли достижимо путем углубленной юридической формализации полномочий и обязательств ее участников. К числу необходимых мер относятся точное установление юридического положения онлайн-магазинов, агрегационных сервисов и торговых площадок («маркетплейсов»), решение проблемных ситуаций межсубъектного взаимодействия потребителей, продавцов и посредников, а

также модернизация цифровых инструментов защиты прав и урегулирования конфликтов.

Примером объекта правовой квалификации являются известные электронные торговые платформы, такие как Yandex Market, Ozon, Wildberries и аналогичные структуры.

Маркетплейсы стали важной платформой для взаимодействия продавцов и потребителей, предлагая широкий ассортимент товаров и удобные условия совершения покупок. Однако, активное развитие этой сферы выявило ряд правовых проблем, требующих комплексного и своевременного решения. Отсутствие четкого правового регулирования может привести к нарушению прав потребителей, недобросовестной конкуренции и злоупотреблениям в сфере интеллектуальной собственности и персональных данных[5].

Актуальность вопроса законодательно признанного статуса указанных субъектов обусловлена значительным объемом ежедневных потребительских приобретений через упомянутые сервисы, вследствие чего удаленный способ реализации товаров приобретает особую популярность и значимость [2].

Вопрос регулирования отношений участников электронной торговли приобрел значительную актуальность. Выступая на заседании Государственной Думы 10 мая 2024 года, Председатель Правительства РФ М. В. Мишустин отметил необходимость регулирования деятельности маркетплейсов, подчеркнув, что у граждан возникает множество вопросов, связанных с деятельностью этих цифровых посредников [3].

Современные проблемы правового регулирования дистанционной торговли связаны с динамичным развитием электронной коммерции, появлением новых форматов торговли и необходимостью адаптации законодательства к этим изменениям. Основными проблемами являются:

✓ Недостаточная регламентация новых форматов торговли. Законодательство не всегда успевает за появлением новых моделей бизнеса, таких как маркетплейсы, социальная коммерция или подписки на товары.

✓ Недостоверная информация о товаре. Нередко возникают ситуации, когда представленная продавцом информация о товаре не соответствует действительности либо вводит покупателя в заблуждение относительно качества продукта. Следовательно, возникает необходимость разработки унифицированных правовых норм, применимых ко всем субъектам соответствующих правоотношений. Эти нормы должны включать детализированные требования к структуре состава участников взаимоотношений, обязательствам по регистрации виртуального торгового ресурса, а также введению эффективной меры ответственности за распространение неправдивых сведений о реализуемом продукте [4].

✓ Мошенничество. Растет количество случаев обмана покупателей, включая продажу контрафактной продукции или несуществующих товаров.

✓ Разграничение ответственности. В случае использования маркетплейсов возникает вопрос о распределении ответственности между платформой и продавцом за качество товара и соблюдение прав потребителей.

✓ Контроль оборота фальсифицированной продукции

Электронные торговые платформы зачастую демонстрируют недостаточную эффективность в противодействии продаже контрафактных изделий, что негативно отражается как на правах потребителей, так и интересах обладателей исключительных прав интеллектуальной собственности.

✓ Адаптация законодательства к технологическим инновациям

Интеграция передовых технологий, таких как блокчейн, искусственный интеллект и облачные вычисления, ставит перед современным законодательством новые задачи. Возникает потребность адаптации существующих юридических конструкций и введения инновационных нормативных положений, адекватных специфике современных цифровых методов обработки данных и коммуникации.

✓ Формирование согласованной судебной-правовой практики

Разнообразие подходов судебных органов к решению конфликтных ситуаций, возникающих в сфере дистанционной торговли, порождает

значительную степень неопределенности среди участников рынка. Отсутствие единообразия в трактовке норм права затрудняет предсказуемость решений и снижает уровень доверия субъектов хозяйствования друг к другу.

Таким образом, современное состояние правового регулирования дистанционной торговли предъявляет требование выработки многоуровневого решения, которое должно сочетать реформы действующего законодательства, международное сотрудничество и применение новейших технологических достижений. Эффективное преодоление обозначенных проблем позволит создать благоприятные условия для устойчивого роста электронного бизнеса и надежной защиты законных интересов всех заинтересованных сторон.

Современные проблемы правового регулирования дистанционной торговли носят комплексный и многогранный характер. Ключевыми вызовами остаются: неопределенность правового статуса маркетплейсов и разграничение их ответственности; сложности таможенного регулирования и налогообложения в условиях трансграничной торговли; необходимость обеспечения эффективной защиты прав потребителей в цифровой среде; ограниченность мер ответственности и правоприменительных механизмов.

Решение этих проблем требует как международной гармонизации законодательства, так и развития национальной нормативной базы. Перспективными направлениями совершенствования регулирования являются: закрепление в российском законодательстве четких определений участников электронной коммерции; усиление ответственности онлайн-платформ за качество товаров и достоверность информации; адаптация таможенных процедур к реалиям цифровой экономики; внедрение цифровых инструментов прослеживаемости происхождения товаров.

Дальнейшее развитие правового регулирования дистанционной торговли должно обеспечивать баланс между интересами бизнеса, правами потребителей и фискальными интересами государства, способствуя созданию прозрачной, безопасной и конкурентной цифровой рыночной среды.

### Список литературы:

1. Кузнецова Н.В. Правовое регулирование дистанционной торговли: проблемы и перспективы. Вестник Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА). 2024;1(8):166-173.
2. Крюкова Е. С. Дистанционный способ продажи товаров в аспекте защиты прав потребителей // Гражданское право. 2023. № 1. С. 20-23.
3. Осипов А.А., Щербачёва Л. В. Некоторые теоретические и практические вопросы правового регулирования сделок в сети Интернет // StudNet. 2020. №8.
4. Серов В. Н., Тараканов А. В. Современные проблемы правового регулирования дистанционной продажи товаров и пути их решения // Право и государство: теория и практика. 2021. №10 (202).
5. Кун К. В. Актуальные проблемы дистанционной торговли в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» // Молодой ученый. 2025. № 40 (591). С. 179-181.

**UDC 347.451**

## CONTEMPORARY ISSUES IN THE LEGAL REGULATION OF DISTANCE SELLING

**Maryana K. Kochesokova**

senior lecturer

North Caucasus Institute – Branch of RANEPА

Pyatigorsk

master's student

North Caucasus Federal University

Stavropol

**Abstract.** The rapid development of digital technologies and the growth of distance selling, especially in the cross-border e-commerce segment, are outpacing the evolution of the legal framework. This creates significant legal gaps and problems that require comprehensive scientific analysis and legislative solutions. This article examines issues of legal regulation in the field of distance selling against the backdrop of advances in digital technologies and online commerce. The emphasis is on the legal characteristics and specifics of distance selling, particularly online. This article analyzes the most significant contemporary issues in the legal regulation of distance selling and discusses possible solutions.

**Key words:** distance selling, e-commerce, digital technologies, legal regulation.

Статья поступила в редакцию 01.11.2025; одобрена после рецензирования 20.12.2025; принята к публикации 29.12.2025.

The article was submitted 01.11.2025; approved after reviewing 20.12.2025; accepted for publication 29.12.2025.