

УДК 347.7

**ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ****Федорук Д.А.**<sup>1</sup>*магистрант,**Белгородский государственный национальный исследовательский университет,  
Белгород, Россия*

**Аннотация.** Статья посвящена анализу современного состояния правового регулирования интернет-торговли в Российской Федерации. Авторами рассматриваются нормативно-правовые акты, регламентирующие интернет-торговлю, включая Гражданский кодекс Российской Федерации и законодательство о защите прав потребителей. Отдельное внимание уделяется особенностям, характерным для процесса заключения договоров купли-продажи в электронной форме, а также актуальным механизмом защиты прав потребителей и иных участников интернет-торговли. По результатам формулируются предложения по совершенствованию правового регулирования путем устранения выявленных проблем.

**Ключевые слова:** предпринимательское право, предпринимательство, интернет-торговля, маркетплейс, интернет-сайт, электронная коммерция, защита прав потребителей.

**LEGAL REGULATION OF E-COMMERCE****Fedoruk D.A.***master's student,**Belgorod state national research university,*

---

<sup>1</sup> *Научный руководитель - Синенко В.С., доцент кафедры трудового и предпринимательского права, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, Белгород, Россия*

*Sinenko V.S., associate professor of the department of labor and business law Belgorod state national research university, Belgorod, Russia*

*Belgorod, Russia*

**Abstract.** The article is devoted to the analysis of the current state of legal regulation of e-commerce in the Russian Federation. The authors examine regulatory legal acts governing online trade, including the Civil Code of the Russian Federation and consumer protection legislation. Particular attention is paid to the specific features of concluding sales contracts in electronic form, as well as to current mechanisms for protecting the rights of consumers and other participants in e-commerce. Based on the results of the study, proposals are formulated to improve legal regulation by eliminating identified problems.

**Keywords:** business law, entrepreneurship, e-commerce, marketplace, website, electronic commerce, consumer protection.

Сегодня в качестве одной из наиболее динамично развивающихся сфер бизнеса выступает интернет-торговля, которая допускает возможность продажи товаров и оказания услуг посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Интернет-торговля представляет собой самостоятельный вид дистанционной торговли, при которой взаимодействие между продавцом и покупателем не предполагает их личного контакта. Использование современных цифровых платформ, маркетплейсов и интернет-магазинов существенным образом расширило возможности бизнеса, а также позволило субъектам предпринимательства осуществлять продажу товаров на территории не только различных регионов Российской Федерации, но и других государств. Помимо этого, интернет-торговля создает условия для конкуренции, что отражается и на цене товара в виде скидок и акций [5, с. 64].

В то же время активное развитие интернет-торговли неизбежно привело к формированию потребности в разработке эффективного механизма правового регулирования соответствующей группы общественных отношений. Особенности заключения договоров в электронной форме, защита прав

Дневник науки | [www.dnevniknauki.ru](http://www.dnevniknauki.ru) | СМИ ЭЛ № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

потребителей, а также обеспечение безопасности платежей и идентификация участников электронных сделок уже сегодня требуют комплексного правового регулирования.

Правовое регулирование интернет-торговли в Российской Федерации осуществляется посредством целого комплекса нормативно-правовых актов, которые регламентируют гражданско-правовые, потребительские отношения и вопросы, связанные с информацией. К числу наиболее значимых законодательных актов следует относить:

- Гражданский кодекс Российской Федерации [1];
- Закон Российской Федерации от 7 февраля 1992 года № 2300-1 «О защите прав потребителей» [3];
- Федеральный закон от 27 июля 2006 года № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» [2].

Так, например, в соответствии с предписаниями статьи 432 Гражданского кодекса Российской Федерации «договор считается заключенным, если между сторонами, в требуемой в подлежащих случаях форме, достигнуто соглашение по всем существенным условиям договора». В условиях интернет-торговли заключение договора купли-продажи осуществляется посредством акцепта публичной оферты, которая размещается на сайте интернет-магазина или ином цифровом ресурсе, например, маркетплейсе.

В большинстве случаев интернет-магазины размещают на своих ресурсах условия публичной оферты, которые включают в себя указание на сведения о товаре, его цене, условиях доставки и порядке оплаты. Покупатель, в процессе оформления заказа на таком сайте, фактически выражает свое согласие с указанными условиями, что на текущий момент времени рассматривается как акцепт предложения продавца [7, с. 171].

Некоторые особенности дистанционной торговли находят свое отражение в законодательстве о защите прав потребителей. Так, в соответствии со статьей 26.1 Закона «О защите прав потребителей», дистанционный способ продажи товаров предполагает, что договор заключается на основании ознакомления

Дневник науки | [www.dnevniknauki.ru](http://www.dnevniknauki.ru) | СМИ ЭЛ № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

покупателя с полным описанием товара, рекламных материалов или иных средств, к числу которых относятся и интернет-сайты.

Важным также является то, что законодательство определяет целый ряд обязательных требований к продавцам, которые осуществляют интернет-торговлю. В частности, предприниматели обязуются предоставить покупателю следующую информацию:

- сведения о товаре;
- информацию о продавце;
- стоимость товара;
- условия, в соответствии с которыми осуществляется доставка товара;
- порядок произведения оплаты за приобретенный товар;
- сроки, в течение которых товар может быть возвращен продавцу.

Особым значением обладает право потребителя отказаться от товара в течение семи дней после его получения, если ему была предоставлена информация о порядке возврата. В ситуации, если соответствующая информация предоставлена не была, срок возврата может быть увеличен до трех месяцев.

Несмотря на то, что уже сегодня существует достаточно развитая нормативно-правовая база, регулирование интернет-торговли в Российской Федерации сталкивается с рядом существенных проблем.

Так, Л.В. Еременко и В.С. Щербинская выделяют проблему правового регулирования дистанционной покупки товаров в зарубежных интернет-магазинах. Создание единого международного документа, который установил бы единые правила торговли для всех интернет-платформ, могло бы решить проблему определения применимого права при покупке товаров в иностранных интернет-магазинах. Это упростит и сделает более понятным для потребителей сценарии развития событий при заказе из иностранного интернет-магазина. Кроме того, российское законодательство регулирует только продажу товаров, но не услуг, предоставляемых дистанционно. Тем не менее, в средствах

массовой информации регулярно рекламируются услуги по дистанционному обучению и т.п. [4, с. 216].

О.Н. Сараева указывает на то, что одной из наиболее актуальных проблем является отсутствие законодательно определенного механизма досудебного урегулирования споров, возникающих в процессе взаимодействия продавцов и покупателей в рамках интернет-торговли. Автор отмечает следующее: «...выросло число претензий потребителей и продавцов к онлайн-площадкам, многие из них завершаются судебными разбирательствами... это создает повышенную нагрузку на правовую систему, поэтому необходимо создать механизм досудебного урегулирования споров в сфере интернет-торговли» [6, с. 257].

Следует согласиться с О.Н. Сараевой в том, что решением сложившейся проблемы может выступить дальнейшее развитие и более активное практическое применение медиации, под которой понимается вид переговоров с участием нейтрального посредника, чья деятельность направлена на оказание помощи сторонам конфликта по нахождению его решения.

Представляется, что еще одной проблемой можно назвать неопределенность правового статуса маркетплейсов, которые получили активное развитие в последние несколько лет и выступили основными площадками для интернет-торговли. Маркетплейсы рассматриваются в качестве посредников между продавцами и покупателями, однако законодатель не всегда четко определяет степень ответственности, которую они должны нести за деяния, нарушающие права потребителей. Результатам законодательного пробела могут выступить проблемы, связанные с определением субъекта, который должен понести ответственность за ненадлежащее исполнение обязательств, возникших в рамках заключения договора купли-продажа в электронной форме.

В заключении можно сделать вывод, что на современном этапе развития предпринимательского права России интернет-торговля уже получила широкое распространение и играет значительную роль в развитии деятельности  
Дневник науки | [www.dnevniknauki.ru](http://www.dnevniknauki.ru) | СМИ ЭЛ № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

хозяйствующих субъектов. В то же время, несмотря на наличие отдельных нормативно-правовых актов, регулирующих данную совокупность общественных отношений, дальнейшее развитие сферы электронной коммерции должно осуществляться по пути модернизации действующего законодательства, преследующей своей целью устранение существующих проблем. В частности, к числу наиболее приоритетных направлений модернизации следует относить конкретизацию правового статуса маркетплейсов, развитие механизмов защиты прав потребителей и иных участников интернет-торговли, а также разработку инструментов досудебного урегулирования споров.

### **Библиографический список:**

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ (ред. от 31.07.2025) // Собрание законодательства РФ. – 1994. – № 32. – Ст. 3301.
2. Об информации, информационных технологиях и о защите информации : Федеральный закон от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ (ред. от 29.12.2025) // Собрание законодательства РФ. – 2006. – № 31. – Ст. 3448.
3. О защите прав потребителей : Закон РФ от 07 февраля 1992 г. № 2300-1 (ред. от 28.12.2025) // Собрание законодательства РФ. – 1996. – № 3. – Ст. 140.
4. Ерёменко, Л.В., Щербинская, В.С. Актуальные проблемы правового регулирования интернет-торговли / Л.В. Ерёменко, В.С. Щербинская // В сборнике: Актуальные вопросы теории и практики правовой охраны и защиты субъективных прав, свобод и интересов. материалы III Международной научно-практической конференции. – Донецк, 2025. – С. 214-217. (216)
5. Мещерякова, Е.П., Старцева, С.В. Проблемы правового регулирования интернет-торговли в гражданском праве / Е.П. Мещерякова, С.В. Старцева // В сборнике: Современные стратегии и цифровые Дневник науки | [www.dnevniknauki.ru](http://www.dnevniknauki.ru) | СМИ ЭЛ № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

трансформации устойчивого развития общества, образования и науки. сборник материалов XIV Международной научно-практической конференции. – Москва, 2023. – С. 63-66. (64)

6. Сараева, О.Н. Правовые основы электронной торговли / О.Н. Сараева // Право и государство: теория и практика. – 2025. – № 2. – С. 255-258. (257)

7. Шеховцова, А.С. Правовые аспекты заключения договора в электронной форме / А.С. Шеховцева // Власть Закона. – 2024. – № 3 (59). – С. 167-175. (171)