

## РАЗДЕЛ 3: ЮРИСПРУДЕНЦИЯ И ПРАВО, КАК РЕГУЛЯТОР ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Научная статья  
Original article

## К вопросу о заключении договора розничной купли-продажи дистанционным способом

Кряжевских К.А.

*Уральский государственный юридический университет имени В.Ф. Яковлева, Екатеринбург, Россия*  
Автор-корреспондент: zvezda5361@mail.ru

**Аннотация:** Дистанционный способ продажи товаров в настоящее время становится всё более актуальным в связи с повсеместным развитием информационных технологий. Однако, при данном способе заключения договора возникают следующие проблемы правового регулирования: момент заключения договора, нерешенность вопроса о надлежащей идентификации субъекта. Автор приходит к выводу об отсутствии четкого правового регулирования в данной области правоотношений.

**Ключевые слова:** договор купли-продажи, момент заключения договора, дистанционный способ, продавец, покупатель.

**Для цитирования:** Кряжевских К.А. К вопросу о заключении договора розничной купли-продажи дистанционным способом. Умная цифровая экономика. 2023. Т.3, №3, с. 37-40

## On the issue of concluding a retail purchase and sale agreement remotely

Kryazhevskikh K.A.

*Ural State Law University named after V.F. Yakovlev, Yekaterinburg, Russia*  
\*Corresponding author: zvezda5361@mail.ru

**Abstract:** The remote method of selling goods is currently becoming more and more relevant due to the widespread development of information technology. However, with this method of concluding an agreement, the following problems of legal regulation arise: the moment of concluding the agreement, the unresolved issue of proper identification of the subject. The author comes to the conclusion that there is no clear legal regulation in this area of legal relations.

**Keywords:** purchase and sale agreement, moment of conclusion of the contract, remote method, seller, buyer.

**For citation:** Kryazhevskikh K.A. On the issue of concluding a retail purchase and sale agreement remotely. Smart Digital Economy. 2023. T.3, №3, pp. 37-40

С развитием электронных технологий осуществляется все более активный переход на возможность заключения договоров дистанционным способом, посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Широко распространенными становятся договоры купли-продажи в интернет-магазинах, называемых маркетплейсами. Дистанционный способ

продажи товаров является удобным для продавца и покупателя, что обуславливает высокие темпы и масштабы развития интернет-торговли. Особенностью является то, что при дистанционном способе продажи объективно исключается возможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром. Одним из преимуществ и главных особенностей выделяется фактическая анонимность покупателя при заключении такого договора. Заключая договор на маркетплейсах, покупатель может не раскрывать свои достоверные персональные данные и, тем самым, оставаться полностью неизвестным продавцу.

Кроме того, благодаря заключению договора розничной купли продажи товаров с помощью сети «Интернет» покупатели обладают большей гибкостью в выборе товаров и услуг. Они имеют возможность ознакомиться с широким ассортиментом товаров, предлагаемых различными поставщиками, не ограничиваясь географическими рамками. Таким образом, покупатель получает больше свободы выбора и возможность найти наилучшее предложение.

К числу нормативно-правовых актов, регулирующих дистанционную продажу, можно отнести ГК РФ, Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей», Постановление Правительства РФ от 31.12.2020 № 2463.

В доктрине отмечается, что договор, заключаемый в электронной форме, является документом, фиксирующим права и обязанности сторон [1, с. 4]. Под договором, заключенным дистанционным способом, понимают соглашение двух или более лиц, достигнутое в пределах информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», зафиксированное на материальных носителях компьютеров и направленное на возникновение, изменение или прекращение взаимных гражданских прав и обязанностей [2].

На сайтах интернет-магазинов представлена вся необходимая информация о наименовании предложенного товара, его виде и цене, которая, при этом, обращена к неопределенному кругу лиц с предложением приобрести этот товар. Допустимо предположить, что данное предложение является публичной офертой в соответствии со ст. 494 ГК РФ. Исследователями поддерживается точка зрения о тесной взаимосвязи информации о товаре и оферте. В юридической литературе отмечается, что по своему правовому значению размещенная на интернет-сайте информация о товаре представляет собой оферту [3]. В таком случае, необходимо рассмотреть вопрос о том, что является акцептом.

Акцептом можно считать сообщение покупателя о намерении приобрести товар, т. е. отправку заполненного бланка, содержащего все существенные условия договора, на сервер данного магазина, поскольку в данном случае покупатель выразил свою волю на приобретение товара.

Согласно ст. 438 ГК РФ договор также заключен в том случае, если лицо, которое получило оферту, совершает необходимые конклюдентные действия для исполнения условий предложения о заключении договора (например, таким фактическим действием может считаться оплата товара).

При заключении договора купли-продажи дистанционным способом возникает проблема надлежащей идентификации субъекта [4], которая выражается в том, что достоверность идентификации субъекта возможна только при использовании усиленной электронной подписи. На это обращает внимание и судебная практика, в соответствии с



которой при заключении договора с применением информационных технологий следует использовать только ту электронную связь, которая позволит достоверно определить сторону соответствующего договора. В юридической литературе ставится вопрос о том, можно ли считать договор заключенным, если один из контрагентов неизвестен. Так, например, Р. О. Халиков обозначает, что моментом заключения соглашения с использованием информационных технологий необходимо считать момент подтверждения подлинности оферентом электронной цифровой подписи [5]. Однако, достаточно часто покупатели, регистрируясь на маркетплейсах, указывают недостоверные персональные данные. Вместе с тем, при выдаче товара, продавец практически не идентифицирует покупателя, всего лишь запрашивая штрих-код с личного кабинета. Нередка ситуация, когда товар забирает не покупатель, который заказывал и оплачивал товар, а другое лицо.

Одним из нерешенных вопросов также является определение момента заключения договора розничной купли-продажи дистанционным способом. В п. 13 Постановления Правительства РФ от 31.12.2020 № 2463 указаны два разных момента заключения договора: выдача чека и получение продавцом сообщения покупателя. В зависимости от того, когда был совершен акцепт покупателем, будет зависеть момент заключения договора. С практической точки зрения необходимо понимать момент заключения электронного договора, поскольку от его правильного установления зависит момент возникновения прав и обязанностей у сторон.

Л. Ю. Киселева утверждает, что в таком случае может возникнуть неопределенность при определении момента заключения договора [6]. Действительно, законодатель не конкретизирует, какой момент применим к конкретному случаю, что не отвечает критерию определенности правового регулирования, на что также обращает внимание судебная практика.

Оплата товара может происходить как во время получения товара в почтовой организации или в момент вручения товара покупателю курьером, доставившим товар, так и посредством онлайн-оплаты товаров в интернет-магазине. Получается, что права и обязанности сторон возникают, по общему правилу, только после совершения данных действий.

Если рассматривать момент заключения договора выдачей чека, то получается, что момент заключения договора растягивается на период времени от совершения конклюдентных действий покупателем до выдачи соответствующего чека продавцом [7, с. 40]. Нужно учитывать, что при дистанционной продаже товаров два этих юридических факта могут разниться с большим промежутком времени. Кроме того, в данной ситуации договор будет считаться заключенным уже после исполнения продавцом своих обязательств. Из этого следует, что до момента заключения договора у продавца не возникает обязанности, например, осуществлять поставку товара по указанному адресу, а у покупателя - обязанности оплатить товар.

Таким образом, следует сделать вывод о том, что развитие дистанционной торговли на данный момент носит достаточно неупорядоченный характер по причине отсутствия четкого правового регулирования данных правоотношений. Необходимо урегулировать проблемы, связанные с моментом заключения договора дистанционным способом и надлежащей идентификации участников гражданского оборота.

## Список литературы

1. Морозов И. К. Проблемы заключения договора в электронной форме // Международный студенческий научный вестник. 2018. №. 5. С. 1-8.
2. Абдуджалилов А. Правовая характеристика договоров, заключаемых в Интернете // Журнал российского права. 2016. №2 (230). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pravovaya-harakteristika-dogovorov-zaklyuchaemyh-v-internete> (дата обращения: 07.11.2022).
3. Томилина Е. Е., Зубач А. В., Снеговской С. И., Даитгаджиев Г. М. Некоторые проблемы реализации договора розничной купли-продажи посредством сети интернет // Вестник экономической безопасности. 2022. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/nekotorye-problemy-realizatsii-dogovora-roznichnoy-kupli-prodazhi-posredstvom-seti-internet> (дата обращения: 29.09.2023).
4. Волкова А. Интернет-магазин: заключение договора // Финансовая газета. Региональный выпуск. 2008. №. 24.
5. Халиков Р. О. Правовой режим электронного документа: вопросы использования электронной цифровой подписи: автореф. дис. ... канд. юрид. наук. Казань, 2006 // [https://libweb.kpfu.ru/z3950/referat/220306\\_7.pdf](https://libweb.kpfu.ru/z3950/referat/220306_7.pdf)
6. Киселева Л. Ю. Интернет-торговля и особенности ее правового регулирования // Научные записки молодых исследователей. 2021. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-torgovlya-i-osobennosti-ee-pravovogo-regulirovaniya> (дата обращения: 07.11.2022).
7. Марчук М. А. Момент заключения договора продажи товара дистанционным способом // Юрист. 2009. №. 3. С. 38-42.

