

Малашкин Алексей Викторович

Магистрант

Направление: Юриспруденция

Магистерская программа: Гражданское право, предпринимательское право, семейное право

Проблемы защиты прав потребителей в интернет-торговле

Аннотация. Новой реальностью ритейла в России уже несколько лет являются маркетплейсы, драйвером развития которых является предлагаемая ими более выгодная цена, различные акции, размещение отзывов о товаре. Способствует развитию данных отношений и расширение сети пунктов выдачи заказов. Однако, имеются и многочисленные нарушения прав потребителей, одним из которых является нарушение информационным посредником (маркетплейсом) права на предоставление полной и достоверной информации о продавце.

Ключевые слова: маркетплейс, информационный посредник, право на информацию о продавце, защита прав потребителей, потребитель, продавец

В настоящее время, маркетплейс может рассматриваться как информационный посредник, он не является стороной заключаемого договора купли-продажи, его деятельность заключается в создании для продавца и покупателя информационной среды, в которой можно заключить данный договор [1].

В соответствии с преамбулой Закона РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» маркетплейс рассматривается как владелец агрегатора информации о товарах (услугах), который предоставляет возможность потребителям выбора и приобретения товара [2].

Федеральный закон от 31 июля 2025 г. № 89-ФЗ «Об отдельных вопросах регулирования платформенной экономики в Российской Федерации», вступающий в силу с 01 октября 2026 года устанавливает понятие посреднической цифровой платформы, которая в целях заключения гражданско-правовых договоров

обеспечивает взаимодействие оператора, партнеров и пользователей [3].

В правоотношениях, связанных с заключением договора розничной купли-продажи, роль информационного посредника заключается в предоставление потребителю информации об оферте продавца, возможности заключить договор розничной купли-продажи, произвести оплату приобретенного товара. Продавцом товара в любом случае является собственник товара. Все взаимоотношения, связанные с заключением и исполнением договора розничной купли-продажи, возникают между продавцом, разместившим к продаже товар на торговой площадке и потребителем.

По общему правилу, ответственность за исполнение договора, заключенного потребителем с продавцом через информационного посредника, а также за соблюдение прав потребителей несет продавец. Однако, маркетплейс несет ответственность за непредставление информации о товаре, продавце, а также ответственность за убытки, причиненные потребителю вследствие непредоставления ему такой информации или предоставления неполной информации. Освобождение от указанной ответственности возможно только если маркетплейс не изменял информацию о товаре, которую представил продавец (п. 2.1 ст. 12 Закона РФ «О защите прав потребителей»).

Анализ судебной практики в отношении маркетплейсов показал, что на сегодняшний день имеются многочисленные судебные споры в связи с защитой прав потребителей, в связи с непредставлением агрегатором полной информации о продавце (как правило, отсутствует информация о юридическом адресе продавца), что препятствует предъявлению претензии к продавцу о качестве товара [4].

Маркетплейс, кроме сведений, предоставляемых при дистанционной продаже товаров, обязан довести до сведения потребителей следующую информацию: фирменное наименование, государственный регистрационный номер записи продавца в соответствующем реестре, место нахождения и режим работы продавца [2], что позволяет устанавливать прямую коммуникацию между продавцами, и покупателями по договору розничной купли-продажи.

Следует отметить, что по данной категории споров, юридически значимым

обстоятельством является установление факта предоставления маркетплейсом полной и достоверной информации потребителю о продавце товара на момент заключения договора. То есть непредоставление отдельных сведений о продавце, такой, как информации о месте нахождения или режиме работы также является нарушением и основанием для применения мер ответственности к владельцу агрегатора информации, что может в отдельных случаях приводить к злоупотреблению правом со стороны потребителей. К примеру, за неисполнение решения суда о предоставлении маркетплейсом полной информации о продавце потребитель, при подаче иска заявил исковые требования о взыскании судебного штрафа в размере 20 000 рублей в день начиная с одиннадцатого дня вступления решения суда в законную силу за первый месяц с последующим ежемесячным увеличением размера неустойки на 10 000 в день, до дня исполнения решения суда, возмещении компенсации морального вреда в размере 15 000 рублей, штрафа в размере 50% от взысканной судом суммы, однако, данный заявленный ко взысканию размер судебной неустойки не соответствует принципам разумности и соразмерности нарушенному праву [5].

Следует отметить, что судебный штраф за неисполнение решения суда о предоставлении полной информации судами может взыскиваться и в размере 50 руб. [5], что не всегда делает исполнение судебного акта более выгодным, чем его неисполнение.

Установление в системе маркетплейса сведений, которые необходимо предоставить для заполнения карточки учета товара должно соответствовать объему информации, который подлежит доведению до сведения покупателя, предусмотренной ст.9 Закона РФ «О защите прав потребителей», так как владелец маркетплейса, обязан обеспечить на своей площадке соблюдение действующего законодательства, в том числе в сфере о защите прав потребителей. И именно маркетплейс должен нести ответственность за непредоставление потребителю необходимой информации [6].

Определив факт нарушение прав потребителей и непредоставление необходимой информации суд обязывает агрегатора информации предоставить

информацию, устанавливает срок для представления данной информации, а также, при заявлении соответствующих требований, устанавливает судебный штраф за нарушение срока исполнения решения суда, взыскивает компенсацию морального вреда, штраф за отказ от удовлетворения в добровольном порядке удовлетворения требований потребителя, что способствует защите прав потребителей при заключении договоров розничной купли-продажи через информационного посредника.

Литература

1. Решение Московского городского суда от 1 апреля 2025 г. по делу № 3-0139/2025 / [Электронный ресурс] / URL: <https://sudact.ru> (дата обращения 30.09.2025)
2. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 (ред. от 07.07.2025) «О защите прав потребителей» / [Электронный ресурс] / URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/
3. Федеральный закон от 31.07.2025 № 289-ФЗ «Об отдельных вопросах регулирования платформенной экономики в Российской Федерации» / [Электронный ресурс] / URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_511088/
4. Решение Подольского городского суда Московской области от 18 марта 2025 г. по делу № 2-2275/2025 / [Электронный ресурс] / URL: <https://sudact.ru> (дата обращения 30.09.2025)
5. Решение Подольского городского суда Московской области от 27 февраля 2025 г. по делу № 2-1765/2025 / [Электронный ресурс] / URL: <https://sudact.ru> (дата обращения 30.09.2025)
6. Решение Подольского городского суда Московской области от 16 февраля 2025 г. по делу № 2-11975/2024 / [Электронный ресурс] / URL: <https://sudact.ru> (дата обращения 30.09.2025)