

Серасхов А.В.

студент юридического института,

ФГБОУ ФО «Вятский государственный университет»

Россия, Киров

К ВОПРОСУ О ГРАЖДАНСКО-ПРАВОВОМ РЕГУЛИРОВАНИИ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ВЛАДЕЛЬЦЕВ АГРЕГАТОРОВ

***Аннотация:** Данная статья посвящена рассмотрению правовой природы и ответственности владельцев агрегаторов, как новых участников электронной коммерции в Российской Федерации, в контексте института защиты прав потребителей. Анализируются изменения в законодательстве о защите прав потребителей, внесенные в 2019 и 2022 гг. и рассматриваются практические примеры, в которых владельцы агрегаторов могут быть привлечены к ответственности. Выделяются основные проблемы в данной области.*

***Ключевые слова:** электронная коммерция, ответственность, законодательство, владелец агрегатора, защита прав потребителей, сеть «Интернет».*

***Annotation.** This article is devoted to the consideration of the legal nature and liability of aggregator owners as new participants of e-commerce in the Russian Federation in the context of the institute of consumer protection. It analyses the changes in consumer protection legislation introduced in 2019 and 2022 and considers practical examples in which aggregator owners may be held liable. The main problems in this area are highlighted.*

***Key words:** e-commerce, responsibility, legislation, aggregator owner, consumer protection, Internet.*

Учитывая динамичное развитие электронной коммерции как в Российской Федерации, так и в других ведущих странах мира, возникают насущные вопросы, касающиеся правового регулирования этой отрасли. Несмотря на то, что электронная коммерция приобрела глобальный и сложный характер, значительная часть отношений между ее участниками остается лишена специальных законов или других нормативных источников права, направленных непосредственно на регулирование этой сферы.

Следует отметить, что в связи с широким распространением электронной коммерции возник новый вид субъектов, известных как цифровые посредники. Они предоставляют платформы, на которых предприниматели предлагают свои товары или услуги за определенную плату. Однако стоит подчеркнуть, что цифровые посредники, участвующие в экономических отношениях, связанных с электронной коммерцией, сами не являются владельцами предлагаемых товаров или услуг. Их роль заключается в соединении независимых экономических агентов, таких как производители и потребители, с помощью специальной инфраструктуры, часто связанной с сетью «Интернет». В контексте распространенности и популярности таких цифровых посредников, которые часто обозначаются как владельцы агрегаторов, нарушения прав потребителей становятся более распространенными. Это создает срочную необходимость в регулировании и введении законодательных мер, направленных на защиту прав потребителей в этом новом контексте.

Согласно действующему российскому законодательству и с учетом неоднозначных подходов, существующих в различных сферах регулирования, отсутствует единое понятие и категория субъекта, который выступает владельцем (оператором) цифровых платформ и агрегаторов. Однако следует подчеркнуть, что этот пробел в законодательстве не имеет общего характера, а зависит от сферы регулирования и нормативных актов, на которые это

регулирование ссылается. Ниже представлены основные подходы к определению статуса таких субъектов:

1) В рамках законодательства, связанного с интеллектуальной собственностью, владельцы и операторы цифровых платформ и агрегаторов могут быть идентифицированы как «информационные посредники» на основе положений Гражданского кодекса РФ, а именно ст. 1253.1 [1]. Этот подход объясняется тем, что цифровые платформы и агрегаторы, фактически, выполняют роль посредников в информационных отношениях между производителями и потребителями.

2) В сфере законодательства об информации, владельцы цифровых платформ и агрегаторов могут быть определены как «операторы информационных систем» в соответствии с Федеральным законом № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» [2]. Этот подход логичен, так как любая цифровая платформа может быть рассмотрена как информационная система, внутри которой осуществляются информационные процессы.

3) В контексте финансовых и инвестиционных отношений владельцы могут рассматриваться как «операторы финансовых и инвестиционных платформ» на основе Федерального закона № 211-ФЗ «О совершении финансовых сделок с использованием финансовой платформы» [3]. Этот подход аналогичен подходу, определенному в сфере информации, с акцентом на специфике финансовой и инвестиционной деятельности.

Как можно видеть, статус владельцев цифровых платформ и агрегаторов может быть определен в зависимости от сферы регулирования и сопутствующих нормативных актов, что создает разнообразие точечных подходов к их идентификации.

В контексте же сферы регулирования, посвященной защите прав потребителей, рассматриваемые лица законодателем идентифицированы в качестве «владельцев агрегаторов», что проистекает из абз. 13 преамбулы

Закона РФ №2300-1 «О защите прав потребителей» [6]. Введенное Федеральным законом № 250-ФЗ от 29 июля 2018 г. определение владельца агрегатора четко определяет этот статус в контексте закона. В соответствии с этим определением, владельцем агрегатора может быть организация или индивидуальный предприниматель, удовлетворяющий определенным критериям:

- владение специальными программами для электронно-вычислительных машин (ЭВМ), что подразумевает наличие технической инфраструктуры, позволяющей управлять платформой в интернете;

- владение веб-сайтом: владелец агрегатора должен иметь сайт или страницу на сайте, на котором предоставляются предложения от продавцов или исполнителей, такой сайт обеспечивает возможность потребителям ознакомиться с предложениями и заключить соответствующие договоры;

- способность проводить оплату: владельцы агрегаторов должны предоставлять потребителям возможность производить оплату за товары или услуги, как наличными средствами, так и с использованием безналичных расчетов, они могут выступать в роли посредников при безналичных расчетах между потребителями и продавцами [4].

Следовательно, владельцы агрегаторов обладают не только технической инфраструктурой и платформой для предоставления информации о товарах или услугах, но и способностью обеспечивать совершение сделок и оплату. Это делает агрегаторов и маркетплейсы синонимичными понятиями в контексте общественных отношений в сфере интернет-торговли, так как оба виде платформ выполняют аналогичные функции в предоставлении доступа к товарам и услугам потребителям.

Анализируя понятие «владельца агрегатора» согласно абз. 13 преамбулы Закона РФ «О защите прав потребителей», можно выделить несколько ключевых характеристик, которые определяют этот статус. Эти характеристики включают:

1) владение специальными программами для электронно-вычислительных машин, веб-сайтом или страницей на веб-сайте в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», что связано с необходимостью наличия технической инфраструктуры для оказания услуг по предоставлению информации о товарах или услугах.

2) системное, последовательное и стабильное предоставление потребителю информации о товарах или услугах, включая возможность ознакомления с предложениями продавцов или исполнителей, а также заключение договоров купли-продажи товаров или договоров оказания услуг. Данное положение означает, что владельцы агрегаторов обеспечивают платформу, на которой потребители могут искать информацию и совершать сделки.

3) предоставление потребителям возможности осуществления предварительной оплаты за товары или услуги. Оплата может осуществляться как наличными, так и безналичными средствами через платформу владельца агрегатора. Важно отметить, что владельцы агрегаторов могут действовать в качестве посредников при безналичных расчетах между потребителями и продавцами [7].

Исходя из этих характеристик, можно сделать вывод, что отсутствие хотя бы одной из них означает, что организация или индивидуальный предприниматель не могут быть классифицированы как владельцы агрегаторов согласно Закону о защите прав потребителей. При этом такие субъекты не подпадают под действие норм и требований этого закона, что означает иное юридическое регулирование или отсутствие регулирования в их случае. Важно отметить, что в связи с быстрым развитием цифровой сферы и электронной коммерции, эти характеристики могут эволюционировать и дополняться новыми элементами, что требует системной проработки и обновления законодательства в данной области.

Актуальные изменения в законодательстве Российской Федерации, связанные с обязанностями владельцев агрегаторов и защитой прав потребителей, привнесли в Закон РФ «О защите прав потребителей» ряд важных аспектов, которые заслуживают внимания и анализа.

Во-первых, это обязанность информирования потребителей. Владельцы агрегаторов обязаны предоставлять информацию о себе и о продавцах (продавцах), работающих на их платформах. Эта информация должна включать место нахождения владельца агрегатора, его наименование и режим работы. Также важным аспектом является обязанность владельца агрегатора информировать о любых изменениях в предоставленной информации, на что акцентирует внимание и судебная практика [8].

Во-вторых, это способ донесения информации. Законодатель не устанавливает конкретных требований к способу, времени, месту и продолжительности донесения информации, включая такие детали, как размер шрифта и местоположение на странице [10, с. 304]. Вместо этого, законодатель подчеркивает необходимость обеспечения «беспрепятственного восприятия» информации потребителями. Это оставляет пространство для выбора способа донесения информации владельцем агрегатора, но требует, чтобы информация была легко доступной и понятной для потребителей.

В-третьих, это ответственность владельцев агрегаторов за изменение информации. Важной новеллой является обязанность владельцев агрегаторов нести ответственность за изменение информации о товарах или услугах, предоставленной ими [13, с. 79]. Это означает, что они должны предоставлять достоверную, полную и открытую информацию о товарах, услугах и их характеристиках, их ценах. В случае непредоставления такой информации, владелец агрегатора обязан возмещать потребителям убытки [9]. Закон также устанавливает предельные сроки и критерии для удовлетворения требований со стороны потребителей.

В-четвертых, распределение ответственности: Закон распределяет ответственность между владельцем агрегатора и продавцом в случае непредоставления достоверной информации. Это может осуществляться на основе договора о совместной деятельности между владельцем агрегатора и продавцом [12, с. 103]. В случае отсутствия такого договора, применяются общие положения Закона РФ «О защите прав потребителей», позволяющие потребителям требовать возврата предоплаты за товары или услуги, если они не были переданы или не были оказаны в срок.

Обозначенные изменения призваны усилить защиту прав потребителей в сфере электронной коммерции, обязав владельцев агрегаторов предоставлять более подробную информацию и нести ответственность за ее актуальность и достоверность. Тем не менее, вопросы, такие как детализация способов информирования и моменты, такие как размер шрифта или местоположение на странице, остаются открытыми и могут потребовать дальнейшей уточнительной работы или регулирования в будущем.

Также и изменения в законодательстве РФ, внесенные согласно Федеральному закону № 135-ФЗ от 1 мая 2022 г., представляют собой важный шаг в защите прав потребителей и увеличении ответственности владельцев агрегаторов в сфере электронной коммерции. Существенные аспекты включают в себя, прежде всего, расширение ответственности владельцев агрегаторов. Согласно этим изменениям и новой ст. 16 Закона РФ «О защите прав потребителей», владельцы агрегаторов теперь несут ответственность наравне с продавцами и исполнителями за убытки, причиненные потребителям в результате включения в договор недопустимых условий, которые ущемляют права потребителей [5]. Эти «недопустимые условия» включают в себя односторонний отказ от исполнения обязательств, одностороннее изменение условий обязательств, ограничение прав потребителя на свободный выбор территориальной подсудности, ограничение права потребителя в средствах, способах защиты нарушенных прав и

ограничение права потребителя на выбор способа и формы оплаты товаров, работ и услуг [11, с. 31].

Также внесенные изменения запрещают продавцам, исполнителям и владельцам агрегаторов отказывать потребителям в заключении договора и отказывать им в праве вносить изменения в договор, если потребитель требует исключения из договора недопустимых условий, которые ущемляют его права. Кроме того, предоставляется право потребителю на рассмотрение его требований, которые должны быть рассмотрены продавцом, владельцем агрегатора в срок не более 10 дней, и потребитель должен быть извещен о результатах рассмотрения и мотивированных решениях. Можно говорить о том, что такие изменения призваны усилить защиту прав потребителей и повысить уровень ответственности владельцев агрегаторов в электронной коммерции. Расширение списка недопустимых условий в договорах и запреты на отказ от заключения договора важны для обеспечения более справедливых и сбалансированных отношений между потребителями и владельцами агрегаторов. Данные меры также содействуют усилению прозрачности и доверия в сфере онлайн-торговли.

Таким образом, ограниченная юридическая ответственность владельцев агрегаторов не соответствует их реальной роли. Это факт, который предполагает необходимость пересмотра подходов российского законодателя на средний и долгосрочный срок. Это относится как к соблюдению прав потребителей, так и к реальной роли агрегаторов в обсуждаемых отношениях. На текущем этапе эти подходы уже привели к внесению изменений в законодательство о защите прав потребителей в 2019 и 2022 гг. Однако эти изменения оставили ответственность перед потребителями владельцев агрегаторов ограниченной. Владелец агрегатора может быть привлечен к гражданско-правовой ответственности только в двух случаях, касающихся исключительно предоставления потребителям недостоверной или неполной информации о товарах или услугах: если владелец агрегатора не выполняет

требования предоставления информации о себе и продавце (исполнителе) или если владелец агрегатора изменяет предоставленную ему информацию о товаре или услуге, которая содержится в предложении о заключении договора с потребителем. Владельцы агрегаторов также обязаны нести ответственность перед потребителями за убытки, вызванные включением недопустимых условий в договор. Важно подчеркнуть важность защиты интересов потребителей в сфере электронной коммерции, учитывая неравноправие сторон в данном правовом контексте. Основные проблемы связаны с отсутствием достаточных законодательных норм, регулирующих гарантии, сроки доставки, компенсацию, действия агрегаторов и ответственность иностранных владельцев агрегаторов электронной коммерции. Следует отметить, что и такой момент, как роль агрегаторов в установлении цен на рынке остается неурегулированной. Учитывая быстрое развитие цифровой экономики и увеличение числа участников в этой сфере, целесообразно разрабатывать более детальное и всестороннее законодательное регулирование. Необходимо также рассмотреть расширение сферы ответственности как отечественных, так и иностранных владельцев агрегаторов, особенно в отношении информации о товарах и услугах. Эти изменения в законодательстве могли бы способствовать лучшей защите интересов потребителей и обеспечению более сбалансированных правоотношений в электронной коммерции.

Список используемой литературы:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть 4. (ГК РФ ч.4) – Текст: электронный // СПС «Консультант плюс»: [сайт]. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64629// (Дата обращения: 29.10.2023)

2. Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 № 149-ФЗ. – Текст: электронный // СПС «Консультант плюс»: [сайт]. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/ (Дата обращения: 27.10.2023)

3. Федеральный закон «О совершении финансовых сделок с использованием финансовой платформы» от 20.07.2020 № 211-ФЗ. – Текст: электронный // СПС «Консультант плюс»: [сайт]. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_357765/ (Дата обращения: 29.10.2023)

4. Федеральный закон «О внесении изменений в Закон Российской Федерации "О защите прав потребителей"» от 29.07.2018 N 250-ФЗ. – Текст: электронный // СПС «Консультант плюс»: [сайт]. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_303537/ (Дата обращения: 30.10.2023)

5. Федеральный закон от 1 мая 2022 г. N 135-ФЗ «О внесении изменения в статью 16 Закона Российской Федерации "О защите прав потребителей"». – Текст: электронный // СПС «Консультант плюс»: [сайт]. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_416194/ (Дата обращения: 30.10.2023)

6. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей». – Текст: электронный // СПС «Консультант плюс»: [сайт]. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/ (Дата обращения: 30.10.2023)

7. Постановление Десятого арбитражного апелляционного суда от 16 ноября 2022 г. № 10АП-18144/22 по делу № А41-6042/2022. – Текст: электронный // СПС «Гарант»: [сайт]. – URL: <https://base.garant.ru/65353674/> (Дата обращения: 31.10.2023)

8. Постановление Девятого арбитражного апелляционного суда от 20.05.2021 № 09АП-19630/2021 по делу № А40-234424/2020. – Текст: электронный // СПС «Консультант плюс»: [сайт]. – URL: <https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=MARB&n=2041847#8dHSfuTM9WoThAnk> (Дата обращения: 31.10.2023)

9. Постановление Десятого арбитражного апелляционного суда от 28 декабря 2022 г. № 10АП-23552/22 по делу № А41-61109/2022. – Текст: электронный // СПС «Гарант»: [сайт]. – URL: <https://base.garant.ru/65432754/> (Дата обращения: 31.10.2023)

10. Краснова С.А. Поиск оптимального режима гражданско-правовой ответственности владельцев агрегаторов. // Право цифровой среды: монография. Под ред. Т.П. Подшивалова, Е.В. Титовой, Е.А. Громовой. – М.: Проспект, 2022. – С. 302-309.

11. Краулин К.К. Пределы гражданско-правовой ответственности владельцев маркетплейсов перед потребителями в РФ и США. // Цифровое право. – 2022. – № 3. – С. 20-42.

12. Ломовцева Е.А. Вопросы обязанностей и ответственности агрегаторов перед потребителями. // Устойчивое развитие науки и образования. – 2019. – № 4. – С. 101-107.

13. Налетова М.М. Электронная торговля и защита прав потребителей-участников электронной торговли. // Право и практика. – 2023. – № 2. – С. 75-82.