**ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ОТВЕТСВННОСТИ МАРКЕТПЛЕЙСОВ ЗА НАРУШЕНИЕ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Малаховский Даниил Михайлович

магистрант, направление: Юриспруденция

Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова

***Аннотация:*** *в статье рассматриваются правовые аспекты ответственности маркетплейсов за нарушение прав потребителей в условиях электронной коммерции. Автор анализирует пробелы законодательства Российской Федерации, связанные с защитой прав потребителей при использовании цифровых торговых платформ, а также предлагает направления совершенствования правового регулирования с учетом зарубежного опыта и современной судебной практики.*

***Annotation:*** *legal aspects of the responsibility of marketplaces for violation of consumer rights in the conditions of electronic commerce are considered in the article. The author analyzes the gaps in the legislation of the Russian Federation related to the protection of consumer rights when using digital trading platforms, and also offers directions for improving legal regulation taking into account foreign experience and modern judicial practice.*

***Ключевые слова****: маркетплейс, электронная торговля, права потребителей, ответственность, дистанционная продажа.*

***Keywords****: marketplace, electronic commerce, consumer rights, responsibility, remote sale.*

**1. Введение**

Развитие электронной торговли в России привело к широкому распространению маркетплейсов — цифровых платформ, предоставляющих площадку для торговли множеству продавцов. Крупнейшими игроками на рынке являются Wildberries, Ozon, Яндекс.Маркет. Вместе с ростом популярности данных платформ увеличилось и количество потребительских споров. Одним из ключевых вопросов стало установление ответственности маркетплейсов за нарушение прав потребителей, поскольку правовой статус этих субъектов в российском законодательстве чётко не определён.[[1]](#footnote-1)

**2. Нормативно-правовое регулирование**

В настоящее время основным актом, регулирующим защиту прав потребителей, остаётся Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей». [[2]](#footnote-2)Однако в нём отсутствует понятие «маркетплейс». Закон регулирует отношения между продавцом и покупателем, оставляя без внимания третьих лиц, осуществляющих посредничество в дистанционной торговле.

Платформа может выступать как агент продавца, как самостоятельный продавец (если товар находится на её складе), либо как оператор торговой площадки. Отсюда возникает правовая неопределённость и трудности в определении субъекта ответственности при нарушении прав потребителя.

**3. Проблемы и судебная практика**

Суды по-разному трактуют ответственность маркетплейсов. В ряде случаев суды признают платформу продавцом, если товар доставляется с её склада и чек выдаётся от её имени. В других случаях маркетплейсы уклоняются от ответственности, ссылаясь на то, что они не являются стороной договора купли-продажи.

Например, в Определении Верховного Суда РФ от 19.10.2021 № 18-КГ21-92 указано, что если платформа получает оплату, обеспечивает логистику и выдает документы, она несёт ответственность за качество товара.[[3]](#footnote-3)

Тем не менее, маркетплейсы часто перекладывают ответственность на поставщиков, что затрудняет защиту потребительских прав и усложняет досудебное урегулирование споров.

**4. Зарубежный опыт**

В странах ЕС действует Директива 2019/2161, согласно которой платформы несут солидарную ответственность при нарушении прав потребителей, если они влияют на заключение договора.

В Китае и США существуют отдельные нормативные акты, регулирующие деятельность интернет-платформ. Так, в Китае платформа может быть признана ответственным лицом, если не обеспечила проверку продавца.[[4]](#footnote-4)

Российская практика пока отстаёт в регулировании ответственности маркетплейсов, что требует адаптации законодательства к современным формам электронной торговли.

**5. Пути совершенствования законодательства**

1. Введение понятия «маркетплейс» в Закон о защите прав потребителей с описанием его роли и обязанностей.
2. Установление солидарной ответственности платформы и продавца при дистанционной торговле.
3. Обязанность маркетплейсов предоставлять потребителю достоверную информацию о продавце и условиях возврата.
4. Создание механизма административной ответственности за нарушение потребительских прав со стороны цифровых платформ.
5. Введение обязательной сертификации маркетплейсов как операторов электронных торговых сервисов.[[5]](#footnote-5)

**6. Заключение**

Маркетплейсы стали важным элементом цифровой экономики, но их правовой статус и ответственность остаются неурегулированными. Это создаёт пробелы в обеспечении прав потребителей и снижает эффективность правовой защиты. Введение чётких норм в Закон о защите прав потребителей, а также применение механизмов солидарной ответственности являются необходимыми мерами для адаптации законодательства к цифровым реалиям торговли.

**Список использованных источников**

1. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей».
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (ч. 2) от 26.01.1996 № 14-ФЗ.
3. Определение Верховного Суда РФ от 19.10.2021 № 18-КГ21-92.
4. Директива (ЕС) 2019/2161 Европейского парламента и Совета от 27 ноября 2019 года.
5. Гаврилова И.В. Ответственность маркетплейсов в цифровой экономике // Журнал «Закон». — 2023. — № 5.
6. Козлова Е.Н. Электронная торговля и защита прав потребителей. — М.: Норма, 2022.
7. Фролова Т.С. Проблемы правового регулирования онлайн-платформ в РФ // Вестник гражданского права. — 2023. — № 2.
8. Онлайн-платформы и права потребителей: международный опыт / Центр правовой аналитики, 2023.

1. Гаврилова И.В. Ответственность маркетплейсов в цифровой экономике // Журнал «Закон». — 2023. — № 5. [↑](#footnote-ref-1)
2. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей». [↑](#footnote-ref-2)
3. Определение Верховного Суда РФ от 19.10.2021 № 18-КГ21-92. [↑](#footnote-ref-3)
4. Фролова Т.С. Проблемы правового регулирования онлайн-платформ в РФ // Вестник гражданского права. — 2023. — № 2. [↑](#footnote-ref-4)
5. Онлайн-платформы и права потребителей: международный опыт / Центр правовой аналитики, 2023. [↑](#footnote-ref-5)