

Владелец агрегатора в свете российского законодательства и судебной практики: к вопросу о единстве правоприменения

Кодирова Гулсевар Иштиёровна

Студент (бакалавр)

Сибирский университет потребительской кооперации, Новосибирск, Россия

E-mail: kgulsevar@icloud.com

Аннотация. В статье анализируется правовой статус владельца агрегатора информации о товарах (услугах), закреплённый в Законе РФ от 07.02.1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей», и его восприятие в судебной практике. Показано, что при формальной определённости легального понятия суды по-разному квалифицируют роль агрегатора и распределяют ответственность между ним и продавцом. Обосновывается необходимость уточнения критериев статуса владельца агрегатора и механизмов защиты прав потребителей.

Ключевые слова: владелец агрегатора, агрегатор информации о товарах (услугах), защита прав потребителей, дистанционная торговля, информационный посредник, гражданско-правовая ответственность, судебная практика.

Развитие цифровых технологий привело к формированию на рынке товаров и услуг особой категории посредников, которые с точки зрения обыденного восприятия давно стали привычной частью повседневной жизни, однако, с правовой точки зрения ещё недавно оставались практически неурегулированными. Речь идёт о владельцах агрегаторов информации о товарах и услугах. С одной стороны, именно они обеспечивают быстрый поиск и сравнение предложений, дают потребителю возможность заключить договор и оплатить товар, а производителям и продавцам позволяют экономить на содержании офисов и торговых залов. С другой – именно в этой точке «стыкуются» интересы множества субъектов, и в случае нарушения прав потребителей встаёт вопрос: кто несёт ответственность – продавец, либо владелец платформы, через которую осуществлялась сделка.

Понятие владельца агрегатора впервые появилось в Законе РФ от 07.02.1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» после принятия Федерального закона от 29.07.2018 г. № 250-ФЗ. Законодатель исходит из того, что владельцем агрегатора может быть организация либо индивидуальный предприниматель, которые являются владельцами сайта или программы, которые предоставляют потребителю в отношении определенного товара возможность одновременно ознакомиться с предложением продавца о заключении договора купли-продажи товара, заключить такой договор, а также произвести предварительную оплату путем перевода денежных средств владельцу агрегатора в рамках применяемых форм безналичных расчетов. Уже из этого определения видно, что агрегатор выполняет не только информационную функцию, но и вовлечён в собственно договорную и платёжную часть отношения [2, с. 3].

В научной литературе нередко встречается подход, при котором агрегатора пытаются отождествить с информационным посредником в смысле Федерального закона от 27.07.2006 г. № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации». Однако, такое сопоставление оправдано лишь отчасти. Информационный посредник по смыслу названного Федерального закона обеспечивает передачу информации, либо предоставляет доступ к ней, тогда как владелец агрегатора по Закону РФ от 07.02.1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» не ограничивается технологической функцией: он фактически организует дистанционную торговлю, аккумулирует и перераспределяет платежи, выступая самостоятельным участником гражданского оборота. В этой связи,

сведение его роли к «нейтральной» технической функции не отражает ни действующего законодательства, ни сложившейся практики.

Особое значение имеет перечень обязанностей по предоставлению информации, возлагаемых законом, как на продавца (исполнителя), так и на владельца агрегатора. П. 1.2-1.3 ст. 9 Закона РФ от 07.02.1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» требуют доведения до потребителя сведений о фирменном наименовании юридического лица, его месте нахождения, режиме работы, государственном регистрационном номере записи о создании, а также о соответствующих данных об индивидуальном предпринимателе. Кроме того, должны быть отражены все изменения в указанной информации. Указанный Закон РФ прямо закрепляет, что эта информация должна быть размещена на ресурсах агрегатора, либо посредством ссылки на сайт продавца, что позволяет потребителю однозначно идентифицировать, как лицо, фактически реализующее товар, так и лицо, предоставляющее инфраструктуру для совершения сделки.

Последние изменения ст. 12 Закона РФ от 07.02.1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» ещё более усиливают роль агрегатора, возлагая на него наряду с изготовителем, исполнителем и продавцом ответственность за предоставление потребителю ненадлежащей информации о товаре, работе или услуге. В случае искажённой, либо неполной информации, повлекшей причинение убытков, именно владелец агрегатора обязан их возместить. Ему же могут быть предъявлены требования о выплате неустойки, компенсации морального вреда и штрафа в пользу потребителя [1, с. 60]. Таким образом, агрегатор перестаёт быть исключительно «витриной» и несёт самостоятельную ответственность в поле гражданско-правовых санкций.

Значимость проблемы на уровне государственной политики подтверждается и тем, что на неё обращено внимание на высшем уровне. Во время «Прямой линии» в июне 2021 года Президент Российской Федерации В.В. Путин, отвечая на вопросы граждан, указал на необходимость законодательного решения вопроса о том, чтобы крупные иностранные компании и платформы, ведущие деятельность на территории России и реализующие товары российским потребителям, имели представительства в Российской Федерации. Подобное требование обусловлено именно задачами обеспечения реальной, а не формальной, защиты прав потребителей, поскольку без наличия в национальной юрисдикции субъекта, несущего ответственность, многие механизмы правоприменения оказываются малоэффективными.

До появления в законодательстве легального определения владельца агрегатора и конкретизации его обязанностей ключевая нагрузка по разрешению возникающих споров легла на суды. Потребители, столкнувшиеся с некачественными товарами или недостоверной информацией на интернет-площадках, обращались в суд в поисках защиты своих прав, и в отсутствие прямого указания закона суды фактически формировали подходы к определению надлежащего ответчика. Уже после вступления в силу Федерального закона от 29.07.2018 г. № 250-ФЗ судебная практика стала постепенно вырабатывать общие подходы, однако, и по сей день остаются спорные моменты.

Анализ обращений показывает, что большинство споров с участием агрегаторов условно делятся на две группы. К первой относятся дела, связанные с приобретением товара ненадлежащего качества. Так, в решении Октябрьского районного суда г. Самары от 13 августа 2019 г. по делу № 2-1964/2019 рассматривались требования покупателя, заказавшего через AliExpress смартфон Apple iPhone X, который в процессе эксплуатации стал самопроизвольно отключаться. Ответчик на претензию не отреагировал. Суд, признав обоснованными требования потребителя, взыскал стоимость товара, неустойку, расходы на представителя и компенсацию морального вреда, частично скорректировав заявленные суммы [5]. Фактически агрегатор, действующий на территории Российской Федера-

ции, был воспринят судом, как надлежащий ответчик, обязанной стороной по возврату денежных средств.

Схожая позиция отражена в апелляционном определении Самарского областного суда от 18 марта 2020 г. по делу № 33-3413/2020, в котором рассматривался спор с ООО «АЛИБАБА.КОМ (РУ)» по поводу смартфона Huawei P30, приобретённого через интернет-магазин Tmall. После выявления недостатка товара и игнорирования претензии потребитель обратился в суд. Суд первой инстанции удовлетворил требования частично, взыскав с ответчика стоимость товара, неустойку, компенсацию морального вреда, штраф и судебные расходы. Апелляционная инстанция признала решение законным и обоснованным [4]. В обоих случаях российское юридическое лицо, управляющее площадкой, признано обязанным носителем ответственности перед потребителем.

Вторая группа споров касается ненадлежащего информирования потребителя о товаре или продавце. Примером может служить апелляционное определение Московского городского суда от 26 октября 2017 г. по делу № 33-4415/2017, где потребитель приобрёл в интернет-магазине беговую дорожку BRONZE GYM T1000 PRO TFT, которая не соответствовала описанию и имела недостатки. Направленные в адрес ООО «Озон Спорт» претензии остались без удовлетворения, и истец обратился в суд [3]. Суд первой инстанции частично удовлетворил требования о взыскании уплаченной суммы, компенсации морального вреда и штрафа, исходя из того, что предоставленная через интернет-площадку информация не позволяла сформировать у потребителя достоверное представление о товаре. Коллегия по гражданским делам Московского городского суда оставила решение без изменения, признав правильным вывод нижестоящего суда о нарушении прав потребителя.

При всём при том судебная практика пока не демонстрирует полного единства. В ряде дел суды исходят из того, что агрегатор должен рассматриваться исключительно, как посредник между продавцом и покупателем, а потому ответственность за недостатки товара или непредоставление информации должен нести непосредственный продавец. В других делах, напротив, суды возлагают на агрегатора солидарную или даже самостоятельную ответственность, исходя из того, что именно через него потребитель заключал договор и осуществлял расчёты. Разные подходы наблюдаются и в вопросе о том, обязан ли агрегатор проверять достоверность размещаемой на платформе информации или его обязанность ограничивается формальным размещением сведений, поступающих от продавца.

Отдельной проблемой выступает ситуация, когда формально оформителем сделки является иностранное юридическое лицо, а интерфейс и техническое сопровождение предоставляются российской «дочкой». В такой конфигурации для суда нередко возникает вопрос, кого из участников считать владельцем агрегатора в смысле Закона РФ от 07.02.1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей», а следовательно – и надлежащим ответчиком. Закон даёт определение через совокупность признаков (владение программой/сайтом и предоставление определённых возможностей потребителю), но не всегда очевидно, на какое из юридических лиц они распространяются в конкретной корпоративной структуре.

Возникающая неопределённость свидетельствует о том, что, несмотря на наличие в законе весьма детального определения владельца агрегатора, требуются дополнительные усилия по обеспечению единообразия правоприменения. Одной из возможных мер является более чёткая дифференциация моделей участия агрегатора в сделке (как платформы-витрины, как платёжного агента, как комиссионера, как фактического продавца) с увязкой объёма его ответственности с избранной моделью. Другой мерой могла бы стать выработка Верховным Судом РФ разъяснений относительно критериев определения надлежащего ответчика и распределения ответственности между продавцом и агрегатором в типичных ситуациях, связанных с дистанционной продажей товаров.

Существенное значение имеет дальнейшее развитие международно-правовых механиз-

мов. Поскольку, многие крупные агрегаторы выступают в форме транснациональных корпораций, без налаженного взаимодействия с иностранными правовыми порядками, а также без обязательного присутствия на территории России уполномоченного лица, обеспечение исполнения решений российских судов оказывается затруднительным. В этом контексте высказанное Президентом РФ предложение о необходимости создания российских представительств зарубежными компаниями, реализующими товары и услуги в нашей стране, следует оценивать не только, как меру экономической политики, но и как инструмент реальной защиты прав потребителей.

Таким образом, введение в законодательство категории «владелец агрегатора» и возложение на него части обязанностей и ответственности в сфере защиты прав потребителей можно рассматривать, как важный этап приспособления правовой системы к условиям цифровой экономики. Однако, анализ правоприменительной практики показывает, что наличие формально чёткого определения ещё не обеспечивает единообразного толкования и применения норм. Для достижения предсказуемости и устойчивости правоприменения требуется дальнейшая детализация законодательных критериев, развитие разъяснений высших судебных инстанций и учёт трансграничного характера деятельности агрегаторов. Лишь при совокупном действии этих факторов возможно обеспечить разумное соотношение интересов потребителей, продавцов и владельцев агрегаторов и сформировать надёжную правовую основу для дальнейшего развития электронной торговли в Российской Федерации.

Источники и литература

- 1) Адаменко А. П., Пискунова Н. И., Целовальникова И. Ю. Гражданско-правовая ответственность владельцев агрегаторов торговых площадок при продаже товаров потребителям // Имущественные отношения в РФ. – 2021. – №12 (243). – С. 58-62.
- 2) Чагина Е. М. Права и обязанности владельца агрегатора информации о товарах и услугах в отношениях с потребителем // Юридические исследования. – 2025. – № 1. – С. 1-13.
- 3) Апелляционное определение Московского городского суда от 26 октября 2017 года по делу № 33-44415/2017[Электронный ресурс]. Справочно-правовая система«КонсультантПлюс». – Режим доступа: <https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=SOCN&n=998004&ysclid=mnpvhd38x9373392301#OKWxBGVU DlmFqx9J1> (дата обращения:05.04.2026).
- 4) Апелляционное определение Самарского областного суда от 18 марта 2020 года по делу № 33-3413/2020[Электронный ресурс]. Справочно-правовая система«КонсультантПлюс». – Режим доступа: <https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=SOPV&n=427051&ysclid=mnpvj6hsdf43809378#TsoxBGVVi0 HAIrNP02> (дата обращения:05.04.2026). 5. Решение Октябрьского районного суда города Самары от 13 августа 2019 года № 2-1964/2019 2-1964/2019~М-1230/2019 М-1230/2019 по делу № 2-1964/2019 [Электронный ресурс]. Судебные и нормативные акты РФ. – Режим доступа: <https://sudact.ru/regular/doc/Yq1QNu3xN6R/> (дата обращения:05.04.2026).