

2. Вешникова Н.А. Некоторые проблемы деформации правосознания среди молодежи: взгляды и видение ситуации со стороны студенческого сообщества / Н.А. Вешникова, Д. И. Корнеева, Д. И. Провалинский // Новый юридический вестник. — 2021. — № 6 (30). — С. 211.
3. Провалинский Д. И. Теория государства и права в таблицах и схемах (конспект лекций в схемах): учебное пособие для студентов, магистрантов и аспирантов. — Казань: Бук, 2020. — 510 с.
4. Протасов В.Н. Теория государства и права: учебник и практикум для среднего профессионального образования. — М.: Юрайт, 2019. — 495 с.
5. Ромашов Р.А. Теория государства и права: учебник и практикум для академического бакалавриата. — М.: Юрайт, 2019. — 443 с.

Педич Радован Споменкович¹

*Студент 4 курса Института государства и права
Тюменского государственного университета
stud0000230332@study.utmn.ru*

АГРЕГАТОР ИНФОРМАЦИИ О ТОВАРАХ (УСЛУГАХ): ЗАКОН И ПРАКТИКА

Аннотация. В статье рассматриваются юридические аспекты деятельности такого субъекта правоотношений, как агрегатор информации о товарах (услугах). С ростом популярности покупок в Интернете неизбежно растет и распространённость таких агрегаторов. При этом нормативно-правовая основа их деятельности остаётся весьма скудной. В связи с этим автором анализируется существующее законодательство в данной области, выявляются преимущества и недостатки действующих норм. Кроме того, особое внимание обращается на практическую сторону вопроса: в какой организационно-правовой форме осуществляется деятельность владельца агрегатора, как строятся правоотношения между владельцем агрегатора и его пользователями, какова роль указанного владельца в правоотношениях между продавцом (исполнителем) и покупателем (заказчиком), гражданско-правовая ответственность владельца агрегатора за действия (бездействие) сторон договора, заключенного на его платформе.

Ключевые слова: агрегатор, маркетплейс, потребитель, гражданско-правовая ответственность, представительство, Интернет.

¹ Научный руководитель: Чукреев Андрей Александрович, кандидат юридических наук, доцент кафедры гражданско-правовых дисциплин Тюменского государственного университета.

Pedich Radovan

4th year student of Institute of State and Law University of Tyumen

AGGREGATOR OF INFORMATION ABOUT GOODS (SERVICES): LAW AND PRACTICE

Abstract. The article deals with the legal aspects of the activity of such a subject of legal relations as an aggregator of information about goods (services). With the growing popularity of online shopping, the prevalence of such aggregators inevitably grows. At the same time, the regulatory framework for their activities remains very scarce. In this regard, the author analyzes the existing legislation in this area, identifies the advantages and disadvantages of the current norms. In addition, special attention is paid to the practical side of the issue: in what organizational and legal form the activity of the owner of the aggregator is carried out, how the legal relations between the owner of the aggregator and its users are built, what is the role of the specified owner in the legal relations between the seller (provider) and the buyer (customer), civil liability of the owner of the aggregator for the actions (inaction) of the parties to the agreement concluded on its platform.

Key words: aggregator, marketplace, consumer, civil responsibility, representation, Internet.

Рост влияния сети Интернет на жизнь человека, безусловно, касается и предпринимательских отношений. Многие предприниматели стремятся выйти на более широкий рынок, возможность доступа к которому обеспечивается за счёт удалённого взаимодействия между продавцом и покупателем. В связи с этим появились условия для возникновения новой формы бизнеса — агрегаторов информации о товарах (услугах), которые позволяют установить это самое удаленное взаимодействие. Агрегаторы привлекают большее количество покупателей, чем смог бы сделать отдельный сайт продавца. Интерес покупателей обуславливается многократным увеличением предложения, безопасностью платежей, обеспечиваемая репутацией агрегатора.

Учитывая указанные преимущества, рост количества покупок с помощью агрегаторов представляется неудивительным. Например, клиенты Tinkoff на 43% чаще приобретали товары через маркетплейсы, чем в 2021 г.¹ Естественной реакцией на такой рост популярности, происходящий на протяжении многих лет, является появление правовых норм, кото-

¹ Итоги 2022 года для маркетплейсов по версии Тинькофф: россияне потратили на них в полтора раза больше денег. URL: <https://www.tinkoff.ru/about/news/24012023-results-of-2022-for-marketplaces-according-to-tinkoff> (дата обращения: 20.03.2023).

рые регулируют данное явление. В рамках данного процесса законодатель принял Федеральный закон от 29.07.2018 № 250-ФЗ «О внесении изменений в Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей»¹, который закрепил основы правового статуса владельца агрегатора информации о товарах (услугах) как субъекта потребительских отношений.

В соответствии с Законом РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей»² владелец агрегатора информации о товарах (услугах) — организация независимо от организационно-правовой формы либо индивидуальный предприниматель, которые являются владельцами программы для ЭВМ или владельцами сайта или страницы сайта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и которые предоставляют потребителю в отношении определенного товара (услуги) возможность одновременно ознакомиться с предложением продавца (исполнителя) о заключении договора купли-продажи товара (договора возмездного оказания услуг), заключить с продавцом (исполнителем) договор купли-продажи (договор возмездного оказания услуг), а также произвести предварительную оплату указанного товара (услуги) путем наличных расчетов либо перевода денежных средств владельцу агрегатора в рамках применяемых форм безналичных расчетов.

Во-первых, определение закрепляет характерные черты агрегаторов. Агрегаторы являются программами для ЭВМ или сайтами, или страницами сайта в сети «Интернет», дающими возможность ознакомления с товаром или услугой, заключения договора с продавцом или исполнителем и осуществления денежных расчётов по сделке в пользу владельца агрегатора.

Во-вторых, стоит отметить, что законодатель дал определение не самому агрегатору, а владельцу агрегатора, то есть в рамках потребительских правоотношений субъектом является тот, кому принадлежит сайт, страница сайта или программа для ЭВМ, признаваемые указанным агрегатором.

Однако данное определение не в полной мере охватывает все виды агрегаторов. Так, можно разделить агрегаторы на те, что осуществляют переадресацию на сайт другого производителя, то есть как бы лишь являются «витриной» (агрегатор-«рынок») для товаров и услуг, и на те, что являются полноценным участником отношений, предоставляющие инфраструктуру для заключения договора и осуществления платежа (агрегатор-«ритейлер»)³.

¹ Собрание законодательства РФ. 2018. № 31. Ст. 4839.

² Собрание законодательства РФ. 1996. № 3. Ст. 140.

³ Суворов Е.Д. Некоторые проблемы электронной торговли: к вопросу об ответственности владельцев агрегаторов перед потребителями // Вестник экономического правосудия Российской Федерации. 2019. № 9. С. 57-67.

Вследствие того, что закон не охватывает агрегатор-«рынок», потребитель, вступивший в отношения с ним никак не защищён. При этом, доверившись «имени» такого агрегатора, покупатель может не проверить информацию на сайте продавца, а его ответственность при этом исключается.

Переходя к иным положениям Закона «О защите прав потребителей», необходимо обратить внимание, что, в основном, обязанности агрегатора по данным отношениям носят информационный характер: владелец агрегатора должен разместить о продавце, себе и товаре достоверную информацию. Существуют и иные обязанности, однако они никак не касаются исполнения договора: возвращение покупателю предоплаты, организация возможности оплаты путем использования национальных платежных инструментов, а также наличных расчетов и др.

Возвращаясь к субъекту отношений, то есть владельцу агрегатора, следует отметить, что по закону он может иметь любую организационно-правовую форму юридического лица либо же быть индивидуальным предпринимателем.

С каждым пользователем агрегатора владелец заключает соглашение. Такое соглашение чаще всего существует в электронной письменной форме с особым способом заключения в виде click-wrap — соглашение, заключение которого осуществляется при щелчке мышью на кнопку с надписью, допустим, «Я согласен» на сайте. По своей правовой природе такое соглашение можно отнести к договору безвозмездного оказания услуг.

Также стоит обратить внимание на вопрос роли владельца агрегатора в отношениях между потребителем и продавцом, он тесно связан с договорными конструкциями, которые используются на платформе агрегатора.

По мнению ученых, здесь можно выделить такие виды моделей договорных отношений: 1) модель представительства; 2) модель комиссии; 3) модель передачи товаров, выполнения работ, оказания услуг; 4) смешанная модель; 5) модель *sui generis*¹. Наиболее распространённым является модель оказания услуг — большинство крупных маркетплейсов оказывают услуги по обеспечению заключения договоров на платформе, а также некоторые другие услуги².

¹ Иванов А.А. Бизнес-агрегаторы и право // Закон. 2017. № 5. С. 145-156.

² Кузнецова Л.В. Вопросы гражданско-правовой ответственности агрегаторов электронной коммерции // E-commerce и взаимосвязанные области (правовое регулирование): сборник статей / отв. ред. М.А. Рожкова. М.: Статут, 2019. С. 39-65.

Все перечисленные модели содержат изъяны. Так, модель оказания услуг не обеспечивает должной правовой защиты при наличии ошибок или вмешательства третьих лиц в работу платформы, например, когда от имени сторон при отсутствии их волеизъявления совершается сделка. Отсутствие правовой защиты здесь обуславливается той сугубо посреднической ролью, которую берет на себя агрегатор, всячески стараясь избежать ответственности за действия третьих лиц. А модель представительства, предполагающая использование договоров агентирования и поручения, противоречит п. 3 ст. 182 Гражданского кодекса РФ¹, которая запрещает представителю совершать сделку между представляемыми им лицами.

Правда, суды могут переqualифицировать заключенный владельцем агрегатора договор. Один из самых известных таких примеров — дело «Такси «Престиж»², в котором Верховный Суд РФ квалифицировал отношения между агрегатором такси и предпринимателем-пользователем как агентские и признал право потребителя взыскать вред, причиненный ненадлежащим оказанием услуг перевозки легковым такси, в том числе и с владельца агрегатора. В развитие данной правовой позиции в Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 26.06.2018 № 26 был включён п. 18, в соответствии с которым за причиненный в процессе перевозки вред отвечает лицо, с которым потребитель, как ему представляется из обстоятельств, заключил договор перевозки пассажиров и багажа, в том числе владельца агрегатора.

Одним из важнейших вопросов правового статуса владельца агрегатора является его гражданско-правовая ответственность. Закон РФ «О защите прав потребителей» устанавливает ее лишь за неисполнение обязанности по предоставлению достоверной и полноценной информации.

Конечно, абз. 2 п. 2.1 ст. 12 Закона «О защите прав потребителей» позволяет отступить от данного правила, однако, естественно, что такой возможностью никто не пользуется, а продавец (исполнитель) фактически и не может включить такое условие в соглашение между владельцем агрегатора и продавцом (исполнителем), так как является слабой стороной, которая вынуждена присоединиться к договору с агрегатором ради доступа к клиентам.

¹ Гражданский кодекс РФ. Часть первая от 30.11.1994 № 51-ФЗ // Собрание законодательства РФ. 1994. № 32. Ст. 3301.

² Определение Верховного Суда РФ от 09.01.2018 № 5-КГ17-220 // Справочная правовая система «КонсультантПлюс» (дата обращения: 20.03.2023).

Позиция законодателя о полном исключении ответственности владельца агрегатора за нарушение договора купли-продажи представляется не совсем справедливой по отношению не только к потребителям, но и продавцам. Продавцы и агрегаторы во многом похожи: они являются лишь переходным этапом в движении товаров между изготовителями и импортерами к потребителю. Закон РФ «О защите прав потребителей» исходит из того, что потребитель, как слабая сторона отношений нуждается в защите, поэтому он и имеет право на обращение к изготовителям, импортерам и продавцам, но не к владельцам агрегаторов, хотя они и являются одним из звеньев в указанной цепи продаж. Также важно заметить, что большинство людей, приобретающих товар на маркетплейсах не осознают, что на самом деле покупают товар не у владельца агрегатора, а у стороннего продавца (исполнителя).

Хотя существует аргументы и в пользу существующего порядка: агрегатор не должен нести ответственность, так как товар никогда не находился в его владении, и он не может проконтролировать действия собственника такого товара по его реализации.

Как мы видим, существующее правовое положение владельцев агрегаторов имеет изъяны, хотя зачастую эти вопросы стоят не так остро, ведь владельцы агрегаторов стараются поддерживать свою деловую репутацию: осуществляют содействие в разрешении споров между продавцами и покупателями, предоставляют бонусы за нарушение сроков доставки, совершенствуют техническую поддержку. Однако, на наш взгляд, действующее законодательство здесь требует изменений.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Суворов Е.Д. Некоторые проблемы электронной торговли: к вопросу об ответственности владельцев агрегаторов перед потребителями // Вестник экономического правосудия Российской Федерации. — 2019. — № 9. — С. 57-67.
2. Иванов А.А. Бизнес-агрегаторы и право // Закон. — 2017. — № 5. — С. 145-156.
3. Кузнецова Л.В. Вопросы гражданско-правовой ответственности агрегаторов электронной коммерции // E-commerce и взаимосвязанные области (правовое регулирование): сборник статей / отв. ред. М.А. Рожкова. — М.: Статут, 2019. — С. 39-65.