**Дата поступления рукописи в редакцию: 02.10.2026 г.**
**Дата принятия рукописи в печать: 10.11.2026 г.**
DOI: 10.24412/2224-9133-2026-10-66-74

***БУЛГАКОВА Наталия Алексеевна,***
*Аспирант, кафедра гражданского права*
*Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА),*
*e-mail: nabulgakova@msal.ru*

# *ГРАЖДАНСКО-ПРАВОВАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ МАРКЕТПЛЕЙСОВ ПЕРЕД ПОТРЕБИТЕЛЕМ*

***Аннотация.*** *Статья посвящена пределам гражданско-правовой ответственности операторов маркетплейсов перед потребителями после вступления в силу законодательства о платформенной экономике. На основе данных Роспотребнадзора показан рост доли нарушений при дистанционной продаже товаров. Анализ судебной практики 2022–2026 гг. позволил выделить четыре подхода судов и проследить переход Верховного Суда РФ к оценке фактической роли платформы. Обосновывается, что Федеральный закон № 290 ФЗ дополнил информационную модель ответственности обязанностями технического обеспечения, но не решил проблему ответственности за результат сделки. Предложена трёхуровневая модель ответственности оператора, соразмерной степени его участия в сделке, и сформулированы изменения законодательства.*

***Ключевые слова:*** *маркетплейс; владелец агрегатора; оператор посреднической цифровой платформы; защита прав потребителей; платформенная экономика; субсидиарная ответственность; солидарная ответственность.*

***Для цитирования:*** *Булгакова Н. А. Гражданско-правовая ответственность маркетплейсов перед потребителем // Право и управление. 2026. № 10. С. 66–74.*

***BULGAKOVA Nataliia Alekseevna,***
*Postgraduate Student, Department of Civil Law,*
*Kutafin Moscow State Law University (MSAL)*

# *CIVIL LIABILITY OF MARKETPLACES TO CONSUMERS*

***Annotation.*** *This article addresses the scope of civil liability of marketplace operators toward consumers following the enactment of legislation on the platform economy. Drawing upon data from Rospotrebnadzor, the author demonstrates an increasing proportion of violations in distance selling. An analysis of judicial practice from 2022 to 2026 identifies four distinct judicial approaches and traces the transition of the Supreme Court of the Russian Federation toward assessing the substantive, de facto role of the platform. The study substantiates that Federal Law No. 290-FZ supplemented the information-based liability model with technical support obligations, yet failed to resolve the issue of liability for contract performance and transaction outcomes. Consequently, a three-tiered model of operator liability commensurate with the degree of platform involvement in a transaction is proposed, accompanied by drafted legislative amendments.*

***Key words:*** *marketplace; aggregator owner; intermediary digital platform operator; consumer protection; platform economy; subsidiary liability; joint and several liability.*

***For citation:*** *Bulgakova N. A. Civil liability of marketplaces to consumers. Law and administration. 2026; (10):66–74. (In Russ.).*

По оценке Data Insight, в 2025 г. объём рынка розничной интернет-торговли в России составил 13,4 трлн руб., на маркетплейсы пришлось 81 % заказов и 62 % объёма продаж, а доля онлайн-канала в розничной торговле достигла 25,6 % [1]. Оператор маркетплейса определяет условия размещения предложений, ранжирует товары, принимает платежи, хранит и доставляет товар, организует его возврат и получает вознаграждение с каждой сделки. Режим его ответственности перед потребителем при этом построен на допущении о преимущественно информационном характере деятельности платформы. Расхождение правовой формы и экономического содержания отношений снижает реальность защиты потребителя и составляет одну из центральных проблем

регулирования дистанционной торговли.

Актуальность темы обусловлена тем, что 1 октября 2026 г. вступили в силу Федеральный закон от 31 июля 2025 г. № 289 ФЗ «Об отдельных вопросах регулирования платформенной экономики в Российской Федерации» (далее - Закон о платформенной экономике) и сопутствующий Федеральный закон от 31 июля 2025 г. № 290 ФЗ, а летом 2026 г. Конституционный Суд РФ и Верховный Суд РФ сформулировали новые позиции о пределах ответственности маркетплейсов [2;3]. Цель статьи состоит в определении этих пределов с учётом названных новелл и в обосновании модели дифференциации ответственности. Использованы формально-юридический и сравнительно-правовой методы, анализ опубликованных судебных актов за 2022–2026 гг. и статистических данных.

В структуре обращений граждан в Роспотребнадзор по вопросам розничной торговли доля жалоб на товары, приобретённые дистанционно, составляла 6 % в 2016 г. и 15,6 % (24 624 обращения) в 2019 г. [4]. В 2023 г. она достигла 33,1 % (69 255 обращений), в 2024 г. составила 32 % (66 379 из 207 526 обращений), в 2025 г. выросла до 36,7 % [5; 6; 7]. Следовательно, с 2019 по 2025 г. доля таких жалоб увеличилась более чем вдвое, а их число с 2019 по 2024 г. выросло в 2,7 раза. Отдельного учёта жалоб на маркетплейсы ведомство не ведёт, но с учётом доли маркетплейсов в онлайн-заказах значительная часть этих обращений, по всей видимости, связана с покупками через платформы.

По данным опроса ЦИПП Роскачества 2024 г., маркетплейсами пользуются около 84 % россиян, с трудностями сталкивался каждый пятый; чаще всего называли бракованный товар (29,3 %), несоответствие характеристик описанию (28,8 %) и сложности с возвратом или обменом (21,1 %) [8]. Основные риски потребителя лежат в сфере качества товара и достоверности информации, то есть там, где закон возлагает ответственность прежде всего на продавца. Действенность внутреннего контроля платформ также вызывает сомнения: по сведениям ЦРПТ, на одном из маркетплейсов нарушения подтвердились более чем по 77 % жалоб покупателей, а санкции к продавцу были применены лишь в 32 % случаев [9].

Судебная защита потребителей в целом результативна: в 2024 г. доля удовлетворённых исков составила 87,4 %, присуждено к взысканию 43,3 млрд руб. Слабое звено находится в другом месте. Решение против продавца, зарегистрированного за рубежом, прекратившего деятельность или не идентифицируемого по сведениям на платформе, не восстанавливает нарушенное право, а платформа, через которую прошли заказ, платёж и доставка, остаётся вне круга ответчиков.

Согласно абзацу тринадцатому преамбулы Закона РФ «О защите прав потребителей» владельцем агрегатора признаётся лицо, предоставляющее потребителю возможность одновременно ознакомиться с предложением продавца, заключить с ним договор и произвести предварительную оплату товара, в том числе путём перевода денежных средств владельцу агрегатора; с 1 октября 2026 г. к нему приравнен оператор посреднической цифровой платформы [10]. Владелец агрегатора отвечает за убытки, причинённые недостоверной или неполной информацией о товаре или продавце, но освобождается от ответственности, если не изменял информацию продавца; за исполнение договора и качество товара отвечает продавец, если иное не предусмотрено соглашением с ним и не вытекает из существа отношений. Помимо этого, владелец агрегатора обязан лишь вернуть полученную им предварительную оплату при непередаче товара в срок (п. 2.1–2.3 ст. 12 Закона). Такую модель принято называть информационной.

Правовая природа отношений с участием маркетплейса остаётся дискуссионной. Т. В. Дерюгина пришла к выводу, что ни агентирование, ни поручение, ни комиссия не охватывают эти отношения целиком [11]. Н. С. Зубарев считает оферту «Wildberries» агентской по правовой природе, оговаривая дискуссионность вопроса [12]. Л. В. Андреева указывает, что применение термина «посредник» к лицу, оказывающему информационные услуги, не соответствует сложившемуся понятию посредника, а уровень защиты прав потребителей маркетплейсов недостаточно высок [13]. Спор о договорной квалификации малопродуктивен для решения вопроса об ответственности перед потребителем: один и тот же оператор выступает агентом, платёжным посредником и логистом, а в части собственных продаж является продавцом. Ответственность целесообразно определять через объём фактических функций оператора, а не через конструкцию его договора с продавцом.

Оценки модели ответственности расходятся. К. К. Краулин считает ограничение пределов ответственности владельцев агрегаторов несправедливым и нарушающим баланс интересов потребителей и бизнеса и предлагает ввести как минимум субсидиарную ответственность по критериям, закреплённым в законе, независимо от квалификации отношений сторон [14]. Введение субсидиарной ответственности владельцев цифровых платформ перед потребителями за нарушения обязательств продавцами при соблюдении определённых критериев поддерживает В. Д. Арнаутов [15]. Е. Д. Суворов обосновывал от-

ветственность владельца агрегатора за качество товара тем, что покупка совершается благодаря доверию к его бренду; солидарную ответственность при нарушении требования прозрачности роли оператора предпочитает и С. А. Краснова [16;17]. В. А. Белов сформулировал правило: чем больше вовлечённость цифрового посредника в отношения коммерсантов и потребителей, тем больше у него прав, обязанностей и ответственности [18]. Критерий степени участия использует и Н. А. Палчаева, обосновывая внедоговорную ответственность владельца платформы, когда работа алгоритма формирует у добросовестного пользователя мнение о реализации товара самим владельцем [19]. К. А. Киселева обосновывает деликтную ответственность маркетплейса, выделяя такие юридически значимые обстоятельства, как недостаточная верификация контрагентов, неэффективное пресечение мошенничества и систематическое извлечение выгоды из операций [20]. Противоположная позиция представлена в монографии под редакцией И. И. Кучерова и С. А. Синицына, где безусловная ответственность владельца агрегатора за достоверность информации оценивается как нарушающая баланс интересов; Е. М. Чагина возражает, что у владельца агрегатора сохраняется право регресса к продавцу [21].

В доктрине, таким образом, сложилось согласие о недостаточности информационной модели, а спор идёт о форме и условиях расширения ответственности. Солидарная ответственность за любого продавца превращает оператора в гаранта всех сделок и не учитывает различий бизнес-моделей. Субсидиарная ответственность лучше согласуется со ст. 399 ГК РФ, по которой требование к субсидиарному должнику предъявляется после отказа основного должника или его молчания в разумный срок [22]. Критерий вовлечённости позволяет соединить оба решения в единой дифференцированной модели.

Анализ опубликованных актов судов общей юрисдикции за 2022–2026 гг. позволяет выделить четыре подхода к ответственности маркетплейса перед потребителем.

Первый подход можно назвать формально-посредническим. Четвёртый кассационный суд общей юрисдикции по делу Демидова указал, что ООО «Интернет Решения» (Ozon) не является продавцом и изготовителем, а выступает агентом, предоставляющим площадку, поэтому требования предъявляются продавцу [23]. Останкинский районный суд г. Москвы отказал в иске к ООО «Вайлдберриз», указав, что ответчик «выступает в отношении этой деятельности в качестве информационного посредника», «не имеет технической возможности и не должно проверять каждый товар» и «не знало и не должно было знать о потенциальном нарушении прав истца» [24]. Эти формулы воспроизводят условия освобождения от ответственности по ст. 1253.1 ГК РФ, хотя данная норма касается только нарушения интеллектуальных прав. Перенос её критериев в потребительский спор является методологически некорректной аналогией.

Другой подход исходит из восприятия ситуации потребителем. Тот же суд по делу Баданиной признал ООО «Алибаба.Ком (РУ)» надлежащим ответчиком, поскольку на сайте отсутствовала информация о другом продавце и покупательница имела основания полагать, что приобретает товар у самой площадки [25]. Критерий видимости продавца близок к европейскому подходу, рассмотренному ниже.

Третья группа решений связывает ответственность платформы с её собственными обязанностями. Подольский городской суд Московской области обязал ООО «РВБ» предоставить потребителю сведения об адресе продавца на основании п. 1.2 ст. 9 Закона и взыскал компенсацию морального вреда, штраф и судебную неустойку [26]. Тот же суд по иску органа Роспотребнадзора признал противоречащим ст. 16 Закона условие правил Wildberries о списании денежных средств с карт, удалённых из личного кабинета. Когда платформа сама продаёт товар, к ней применяются правила о продавце в полном объёме: Верховный Суд РФ признал недопустимым односторонний отказ ООО «Интернет Решения» от исполнения оплаченного заказа ввиду публичного характера договора розничной купли-продажи [27].

Четвёртый, функциональный подход сформулирован Верховным Судом РФ в 2026 г. По делу Ерофеева потребитель приобрёл через AliExpress бензиновую доску для серфинга за 320 202 руб., при эксплуатации выявились недостатки двигателя, а информация о продавце была предоставлена только на английском и китайском языках. Апелляционный и кассационный суды отказали в иске, сочтя площадку информационным посредником. Судебная коллегия по гражданским делам отменила их акты и указала, что следовало установить, какие услуги, помимо обеспечения работоспособности интернет-ресурса, площадка предоставляет продавцам, в том числе «связанные с приёмом платежей, хранением и доставкой товаров и т. д.». Со ссылкой на Постановление Конституционного Суда РФ от 16 июня 2026 г. № 39 П коллегия констатировала, что ответственность владельца маркетплейса «не ограничивается ответственностью за качество услуг по предоставлению информации», и отметила обязанность владельцев маркетплейсов «предпринимать и превентивные меры по пресечению нарушений прав третьих лиц» [28]. Само Постановление № 39

П вынесено по спору о контрафакте: Конституционный Суд указал, что оказание маркетплейсом вспомогательных услуг не исключает осуществления им иной деятельности помимо функций информационного посредника, а освобождение от ответственности по ст. 1253.1 ГК РФ возможно лишь при одновременном отсутствии знания о нарушении и своевременном принятии необходимых и достаточных мер для его прекращения [29]. Верховный Суд перенёс логику этого постановления в потребительский спор, причём в пользу потребителя.

Значение определения выходит за рамки конкретного дела: статус посредника больше не может устанавливаться по тексту пользовательского соглашения, и в практику введён предлагавшийся в доктрине критерий степени участия оператора в сделке. Однако какой объём ответственности влечёт тот или иной набор функций, определение не говорит, что создаёт риск разнобоя в практике. Закон о платформенной экономике обязывает оператора посреднической цифровой платформы проверять сведения о партнёре (ч. 2 ст. 5), указывать в карточке товара, что он не является продавцом, если не продаёт товар от своего имени (п. 3 ч. 1 ст. 7), проверять информацию в карточках и не допускать карточек изъятых из оборота, немаркированных и не прошедших подтверждение соответствия товаров (ч. 2 ст. 7), обеспечивать соблюдение требований к обращению товаров при использовании своей логистики и возврат товара через пункт выдачи заказов (ч. 3, 4 ст. 18) [2]. Специальной нормы об ответственности оператора перед потребителями закон не содержит; регресс к оператору предусмотрен лишь для партнёра и владельца пункта выдачи заказов, возместивших вред, причинённый оператором (ч. 6 ст. 5).

Потребительские последствия реформы установлены Федеральным законом № 290 ФЗ. Он приравнял оператора посреднической платформы к владельцу агрегатора, распространил на владельца агрегатора общие правила об ответственности за нарушение прав потребителей, включая штраф в размере пятидесяти процентов присуждённой суммы (п. 1, 4, 6 ст. 13 Закона о защите прав потребителей), и о компенсации морального вреда (ст. 15), а также ввёл п. 3.1 ст. 18. Согласно этой норме требования в связи с недостатками товара потребитель предъявляет продавцу на платформе, а оператор обязан обеспечить техническую возможность их предъявления и возврата уплаченных денежных средств, а при доставке с использованием своей логистической инфраструктуры и возврата товара продавцу [3]. Аналогичное правило для работ и услуг введено п. 7 ст. 29 Закона.

Законодатель, следовательно, сохранил информационную модель и дополнил её обязанностями технического обеспечения, нарушение которых прямо влечёт ответственность оператора по ст. 13 и 15 Закона. Ответственность за качество товара и исполнение договора по-прежнему лежит на продавце, а обязательная оговорка о том, что оператор не является продавцом, закрепляет разделение ролей, уже поставленное под сомнение Верховным Судом. А. В. Габов и С. П. Саяпин отмечают, что определение цифровой платформы весьма сходно с определением агрегатора, однако вопрос об их соотношении не решён, а характер совместной деятельности оператора и партнёров из текста закона неясен [30]. На необходимость доработки закона указывает и Н. С. Зубарев [31]. Если продавец недоступен или неплатёжеспособен, а платформа исполнила обязанности по технической поддержке, потребитель по-прежнему остаётся без эффективного ответчика.

Регламент (ЕС) 2022/2065 о цифровых услугах не допускает освобождения онлайн-платформы от ответственности по законодательству о защите прав потребителей, если она представляет товар так, что средний потребитель полагает, что его предоставляет сама платформа или продавец, действующий под её контролем (п. 3 ст. 6); на платформы возложены обязанности по идентификации продавцов и информированию потребителей о выявленных незаконных товарах (ст. 30–32), за нарушение которых может быть взыскано возмещение (ст. 54) [32]. Директива (ЕС) 2024/2853 распространила на такие платформы режим ответственности дистрибьютора: если платформа по запросу потерпевшего в течение месяца не назовёт ответственного экономического оператора, она отвечает за вред сама (п. 3, 4 ст. 8); А. А. Онианова квалифицирует эту ответственность как субсидиарную [33]. Модельные правила Европейского института права об онлайн-платформах предусматривают ответственность оператора, оказывающего преобладающее влияние на поставщика, по всем обязательствам поставщика; признаками такого влияния названы, в частности, сокрытие данных поставщика до заключения договора, удержание платежей, определение оператором условий договора и цены, маркетинг, сосредоточенный на операторе (ст. 20) [34].

В США суды ряда штатов, преодолевая иммунитет разд. 230 Закона о пристойности в коммуникациях, стали применять к платформам правила о строгой ответственности за продукцию: по делу Bolger v. Amazon.com апелляционный суд Калифорнии возложил её на Amazon, поставивший себя между продавцом и покупателем в цепочке распределения товара, тогда как Верховный суд Техаса по делу Amazon.com v. McMillan не признал Amazon продавцом [35]. Общая черта этих реше-

ний состоит в отказе от бинарного выбора между неответственностью платформы и её ответственностью за все сделки: объём ответственности зависит от того, какое впечатление платформа создаёт у потребителя и насколько глубоко контролирует сделку.

Изложенное позволяет предложить трёхуровневую модель ответственности оператора маркетплейса, построенную на соразмерности ответственности степени его фактического участия в сделке.

Нижний уровень образует информационное посредничество без участия в расчётах и исполнении договора. Здесь достаточно действующих правил п. 1.2 ст. 9 и п. 2.1 ст. 12 Закона о защите прав потребителей.

Средний уровень охватывает организационное участие: приём платежей, хранение, доставку, выдачу и возврат товара, то есть те функции, которые Верховный Суд потребовал устанавливать. Оператор отвечает за качество собственных услуг и, кроме того, должен нести субсидиарную ответственность по обязательствам продавца, когда получить исполнение от продавца невозможно. Предлагается дополнить ст. 12 Закона п. 2.4: «2.4. Если продавец (исполнитель) в течение десяти календарных дней со дня предъявления потребителем требования о возврате уплаченной за товар (услугу) суммы или о возмещении убытков не удовлетворил его и при этом сведения о продавце (исполнителе), доведённые владельцем агрегатора, не позволяют установить его место нахождения, либо продавец (исполнитель) прекратил деятельность, либо в отношении него введена процедура банкротства, владелец агрегатора несёт субсидиарную ответственность перед потребителем в пределах суммы, уплаченной с использованием его программы для ЭВМ, сайта или страницы сайта, с правом регресса к продавцу (исполнителю)». В абзаце тринадцатом преамбулы признак перевода предварительной оплаты владельцу агрегатора целесообразно заменить признаком участия в организации расчётов между потребителем и продавцом, чтобы исключить выход из-под действия закона путём структурирования платёжных потоков.

Верхний уровень соответствует преобладающему влиянию оператора на сделку, при котором оправдана солидарная ответственность. Предлагается дополнить ст. 12 Закона п. 2.5: «2.5. Владелец агрегатора несёт солидарную с продавцом (исполнителем) ответственность за нарушение прав потребителя, если он самостоятельно определяет цену товара (услуги) или иные существенные условия договора, не довёл до потребителя до заключения договора сведения о продавце (исполнителе), предусмотренные пунктом 1.2 статьи 9 настоящего Закона, либо предоставил товар (услугу) так, что у потребителя имелись разумные основания полагать, что договор заключается с владельцем агрегатора или лицом, действующим под его контролем». Критерии учитывают ст. 20 Модельных правил, п. 3 ст. 6 Регламента о цифровых услугах и подход, применённый по делу Баданиной.

Отдельного решения требует ответственность за бездействие в отношении недобросовестных продавцов. Пункт 2 ст. 1064 ГК РФ презюмирует вину причинителя вреда, но без нормативного стандарта должной осмотрительности у судов нет критерия противоправности бездействия платформы. Предлагается дополнить ст. 7 Закона о платформенной экономике частью следующего содержания: «Оператор, получивший сведения о неоднократных нарушениях партнёром-продавцом прав потребителей, подтверждённых результатами рассмотрения жалоб, решениями судов или органов государственного контроля (надзора), обязан ограничить размещение карточек товаров такого партнёра в порядке, установленном статьёй 13 настоящего Федерального закона. Вред, причинённый потребителю действиями такого партнёра после получения оператором указанных сведений, возмещается оператором солидарно с партнёром-продавцом, если оператор не докажет, что принял все зависящие от него меры для пресечения нарушения». Предложение опирается на позицию Верховного Суда о превентивных мерах, подход К. А. Киселевой и данные о низкой доле санкций по подтверждённым жалобам.

Наконец, по ст. 1095 и п. 1 ст. 1096 ГК РФ вред, причинённый недостатками товара, возмещается продавцом или изготовителем по выбору потерпевшего, что при недоступности продавца, торгующего на платформе, может лишить потерпевшего возмещения. С учётом приоритета охраны жизни и здоровья предлагается дополнить ст. 14 Закона о защите прав потребителей п. 2.1: «2.1. Если товар приобретён с использованием посреднической цифровой платформы и оператор такой платформы в течение одного месяца со дня получения требования потерпевшего не сообщил ему сведения, позволяющие установить продавца или изготовителя товара, вред, указанный в пункте 1 настоящей статьи, подлежит возмещению оператором с правом обратного требования к продавцу или изготовителю». Норма воспроизводит логику п. 4 ст. 8 Директивы (ЕС) 2024/2853: добросовестная платформа, раскрывшая данные ответственного лица, от ответственности освобождается.

Заключение

Доля жалоб на товары, приобретённые дистанционно, в обращениях по вопросам розничной торговли выросла с 15,6 % в 2019 г. до 36,7 %

в 2025 г.; преобладают проблемы качества и достоверности информации, за которые оператор маркетплейса по общему правилу не отвечает, а внутренний контроль платформ этот пробел не компенсирует.

Модель ответственности владельца агрегатора остаётся информационной. Федеральный закон № 290 ФЗ дополнил её обязанностями технического обеспечения и распространил на оператора штраф и компенсацию морального вреда, но не установил его ответственности за результат сделки при недоступности продавца.

Судебная практика развивалась от формально-посреднического подхода, основанного на некорректной аналогии со ст. 1253.1 ГК РФ, к функциональному подходу, закреплённому определением Верховного Суда РФ от 14 июля 2026 г. № 18 КГ26 72 К4. Законодательных критериев, определяющих последствия оценки фактической роли платформы, пока нет.

Доктрина единодушна в оценке недостаточности информационной модели, но расходится в выборе между субсидиарной, солидарной и деликтной ответственностью. Предложенная трёхуровневая модель соединяет эти решения, соотнося объём ответственности оператора со степенью его участия в сделке.

Предложенные дополнения ст. 12 и 14 Закона о защите прав потребителей и ст. 7 Закона о платформенной экономике соразмеряют обременения оператора с объёмом контроля, которым он фактически обладает, и потому не подрывают экономической основы платформенной торговли.

**Список литературы:**


[1] Интернет-торговля в России 2026 // Data Insight. 31.03.2026. URL: https://datainsight.ru/DI_eCommerce_2026 (дата обращения: 05.09.2026).

[2] О платформенной экономике в Российской Федерации: Федеральный закон от 31 июля 2025 г. № 289-ФЗ // СПС «КонсультантПлюс».

[3] О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации: Федеральный закон от 31.07.2025 № 290-ФЗ // СПС «КонсультантПлюс».

[4] Орел В. И., Пузырев В. Г., Васильева И. В. [и др.] Особенности защиты прав потребителей при дистанционном способе продажи товаров // Медицина и организация здравоохранения. 2023. Т. 8. № 4. С. 105.

[5] Защита прав потребителей в Российской Федерации в 2023 году: государственный доклад. М.: Роспотребнадзор, 2024 // ГАРАНТ.РУ. URL: https://base.garant.ru/411027788/ (дата обращения: 05.09.2026).

[6] Защита прав потребителей в Российской Федерации в 2024 году: государственный доклад. М.: Роспотребнадзор, 2025. С. 26.

[7] Роспотребнадзор отметил рост онлайн-торговли практически во всех товарных группах // Интерфакс. 22.05.2026. URL: https://www.interfax.ru/russia/1091125 (дата обращения: 05.09.2026).

[8] Минпромторг: услугами маркетплейсов пользуются 84 % россиян // Sostav.ru. 12.11.2024. URL: https://www.sostav.ru/publication/84-rossiyan-polzuyutsya-uslugami-marketplejsov-71304.html (дата обращения: 05.09.2026).

[9] Маркетплейсам указали на контрафакт // Эксперт. 24.01.2024. URL: https://expert.ru/promishlennost/marketpleysam-ukazali-na-kontrafakt (дата обращения: 05.09.2026).

[10] Закон Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300 I «О защите прав потребителей» (в ред. Федеральных законов от 29.07.2018 № 250 ФЗ, от 31.07.2025 № 290 ФЗ) // Ведомости СНД и ВС РФ. 1992. № 15. Ст. 766.

[11] Дерюгина Т. В. Правовая природа договора, опосредующего возникновение правоотношений с участием агрегатора // Гражданское право. 2018. № 6. С. 3–6.

[12] Зубарев Н. С. Оферта как инструмент правового регулирования предпринимательской деятельности с использованием маркетплейсов: опыт «Озона» и «Вайлдберриз» // Актуальные проблемы российского права. 2025. Т. 20. № 6. С. 89–90.

[13] Андреева Л. В. Согласование интересов участников товарных цифровых платформ (маркетплейсов): правовые проблемы // Вестник Университета имени О. Е. Кутафина (МГЮА). 2024. № 8. С. 153–154.

[14] Краулин К. К. Пределы гражданско-правовой ответственности владельцев маркетплейсов перед потребителями в РФ и США // Цифровое право. 2022. Т. 3. № 3. С. 24, 34.

[15] Арнаутов В. Д. Ответственность владельцев цифровых платформ при нарушении договорных обязательств и интеллектуальных прав: постановка научной проблемы // IP: теория и практика. 2026. № 1. С. 77–89.

[16] Суворов Е. Д. Некоторые проблемы электронной торговли: к вопросу об ответственности владельцев агрегаторов перед потребителями // Вестник экономического правосудия Российской Федерации. 2019. № 9. С. 60 (цит. по: Михеева И. Е. Недобросовестные практики в деятельности банковских экосистем // Актуальные проблемы российского права. 2022. Т. 17. № 7. С. 59–70).

[17] Краснова С. А. Гражданско-правовой статус операторов онлайн-платформ: неопределенное настоящее и возможное будущее // Имущественные отношения в Российской Федерации. 2022. № 2. С. 76–86.

[18] Белов В. А. Цифровое посредничество и потребительские отношения: правовая природа и

ответственность // Актуальные проблемы российского права. 2022. Т. 17. № 8. С. 68–82.

[19] Заключение диссертационного совета МГУ.051.1 от 25.03.2026 по диссертации Палчаевой Н. А. «Правовое регулирование предпринимательской деятельности с использованием цифровых платформ» на соискание учёной степени кандидата юридических наук. Положение 5. URL: https://dissovet.msu.ru/file/dissovet-docs/0d2dec9c-396f-11f1-958c-005056b96f20 (дата обращения: 05.09.2026).

[20] Киселева К. А. Деликтная ответственность маркетплейса: перспективы взыскания убытков с агрегатора в пользу обманутого покупателя // Вестник Казанского юридического института МВД России. 2026. Т. 17. № 1. С. 55–61.

[21] Цифровая экономика: актуальные направления правового регулирования / под ред. И. И. Кучерова, С. А. Синицына. М.: Норма, 2022. С. 23–24 (цит. по: Чагина Е. М. Права и обязанности владельца агрегатора информации о товарах и услугах в отношениях с потребителем // Юридические исследования. 2025. № 1. С. 1–13).

[22] Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51 ФЗ // Собрание законодательства РФ. 1994. № 32. Ст. 3301.

[23] Определение Четвёртого кассационного суда общей юрисдикции от 16.06.2022 № 8Г 11930/2022 [88 17295/2022] (цит. по: Ефименко Е. Как суды разрешают иски покупателей маркетплейсов // Право.ru. 22.02.2023. URL: https://pravo.ru/story/245116/ (дата обращения: 05.10.2026).

[24] Решение Останкинского районного суда г. Москвы от 15.07.2025 по делу № 2 3810/2025. URL: https://www.zakonrf.info/gorsud/doc-8e6b5f5b-cd60-56fc-a0fc-939dfb772997/ (дата обращения: 05.09.2026).

[25] Определение Четвёртого кассационного суда общей юрисдикции по делу № 88 23539/2022 (цит. по: Ефименко Е. Указ. соч.).

[26] Решение Подольского городского суда Московской области от 14.03.2025 по делу № 2 2360/2025. URL: https://www.zakonrf.info/gorsud/doc-bd750923-3d94-5d42-a341-1e9b842063cf/ (дата обращения: 05.09.2026).

[27] Определение Судебной коллегии по гражданским делам Верховного Суда РФ от 05.09.2023 № 7 КГ23 4 К2. URL: https://vsrf.ru/lk/practice/stor_pdf/2289832 (дата обращения: 05.10.2026); см. также: Обзор судебной практики по делам о защите прав потребителей (утв. Президиумом Верховного Суда РФ 18.10.2023). П. 3–5.

[28] Определение Судебной коллегии по гражданским делам Верховного Суда РФ от 14.07.2026 № 18 КГ26 72 К4. URL: https://vsrf.ru/lk/practice/stor_pdf/2555652 (дата обращения: 05.09.2026).

[29] Постановление Конституционного Суда РФ от 16.06.2026 № 39 П «По делу о проверке конституционности пунктов 1 и 3 статьи 1253.1 Гражданского кодекса Российской Федерации в связи с жалобой общества с ограниченной ответственностью «Мир Хобби»».

[30] Габов А. В., Саяпин С. П. Платформенные отношения как предмет правового регулирования // Lex russica. 2025. Т. 78. № 11. С. 26–27.

[31] Зубарев Н. С. Федеральный закон «Об отдельных вопросах регулирования платформенной экономики в Российской Федерации» как реакция на вызовы цифровизации торговли // Вестник Университета имени О. Е. Кутафина (МГЮА). 2026. № 2. С. 160.

[32] Regulation (EU) 2022/2065 of the European Parliament and of the Council of 19 October 2022 on a Single Market For Digital Services (Digital Services Act) // OJ L 277. 27.10.2022. P. 1–102. Art. 6(3), 30–32, 54.

[33] Directive (EU) 2024/2853 of the European Parliament and of the Council of 23 October 2024 on liability for defective products // OJ L. 2024/2853. 18.11.2024. Art. 8(3), 8(4); Онианова А. А. Ответственность маркетплейсов: сравнительный анализ правовых подходов США и Франции // Цифровое право. 2024. Т. 5. № 3. С. 77.

[34] ELI Model Rules on Online Platforms. Vienna: European Law Institute, 2019. Art. 20. P. 19, 39–40.

[35] Bolger v. Amazon.com, LLC, 53 Cal. App. 5th 431 (2020); Amazon.com, Inc. v. McMillan, 625 S.W.3d 101 (Тех. 2021). Подробнее см.: Краулин К. К. Указ. соч.

**References:**

[1] E-Commerce in Russia 2026 // Data Insight. March 31, 2026. URL: https://datainsight.ru/DI_eCommerce_2026.

[2] On the Platform Economy in the Russian Federation: Federal Law No. 289-FZ of July 31, 2025 // Legal Reference System "ConsultantPlus".

[3] On Amending Certain Legislative Acts of the Russian Federation: Federal Law No. 290-FZ of July 31, 2025 // Legal Reference System "ConsultantPlus".

[4] Orel V. I., Puzyrev V. G., Vasilyeva I. V. [et al.] Specific Features of Consumer Rights Protection in the Distance Selling of Goods // Medicine and Healthcare Organization. 2023. Vol. 8. No. 4. P. 105.

[5] Consumer Rights Protection in the Russian Federation in 2023: State Report. Moscow: Rospotrebnadzor, 2024 // GARANT.RU. URL: https://base.garant.ru/411027788/..

[6] Consumer Rights Protection in the Russian Federation in 2024: State Report. Moscow:

Rospotrebnadzor, 2025. P. 26.

[7] Rospotrebnadzor Noted the Growth of Online Trade Across Virtually All Product Categories // Interfax. May 22, 2026. URL: https://www.interfax.ru/russia/1091125..

[8] Ministry of Industry and Trade: 84% of Russians Use Marketplace Services // Sostav.ru. November 12, 2024. URL: https://www.sostav.ru/publication/84-rossiyan-polzuyutsya-uslugami-marketplejsov-71304.html..

[9] Marketplaces Were Pointed to Counterfeit Goods // Expert. January 24, 2024. URL: https://expert.ru/promishlennost/marketpleysam-ukazali-na-kontrafakt..

[10] Law of the Russian Federation No. 2300-I of February 7, 1992 "On the Protection of Consumer Rights" (as amended by Federal Laws No. 250-FZ of July 29, 2018, No. 290-FZ of July 31, 2025) // Gazette of the Congress of People's Deputies of the Russian Federation and the Supreme Soviet of the Russian Federation. 1992. No. 15. Item 766.

[11] Deryugina T. V. Legal Nature of the Contract Mediating the Emergence of Legal Relations Involving an Aggregator // Civil Law. 2018. No. 6. P. 3–6.

[12] Zubarev N. S. Public Offer as an Instrument of Legal Regulation of Entrepreneurial Activity Using Marketplaces: The Experience of Ozon and Wildberries // Actual Problems of Russian Law. 2025. Vol. 20. No. 6. P. 89–90.

[13] Andreeva L. V. Aligning the Interests of Participants in Commodity Digital Platforms (Marketplaces): Legal Issues // Courier of the Kutafin Moscow State Law University (MSAL). 2024. No. 8. P. 153–154.

[14] Kraulyn K. K. Limits of Civil Liability of Marketplace Owners to Consumers in the Russian Federation and the USA // Digital Law. 2022. Vol. 3. No. 3. P. 24, 34.

[15] Arnautov V. D. Liability of Digital Platform Owners for Breach of Contractual Obligations and Intellectual Property Rights: Statement of a Scientific Problem // IP: Theory and Practice. 2026. No. 1. P. 77–89.

[16] Suvorov E. D. Some Problems of E-Commerce: On the Issue of Aggregator Owners' Liability to Consumers // Herald of Economic Justice of the Russian Federation. 2019. No. 9. P. 60 (cited in: Mikheeva I. E. Unfair Practices in the Activities of Banking Ecosystems // Actual Problems of Russian Law. 2022. Vol. 17. No. 7. P. 59–70).

[17] Krasnova S. A. Civil Law Status of Online Platform Operators: An Uncertain Present and a Possible Future // Property Relations in the Russian Federation. 2022. No. 2. P. 76–86.

[18] Belov V. A. Digital Intermediation and Consumer Relations: Legal Nature and Liability // Actual Problems of Russian Law. 2022. Vol. 17. No. 8. P. 68–82.

[19] Conclusion of Dissertation Council MSU.051.1 of March 25, 2026, on the Dissertation of N. A. Palchaeva "Legal Regulation of Entrepreneurial Activity Using Digital Platforms" for the Degree of Candidate of Legal Sciences. Provision 5.

[20] Kiseleva K. A. Tort Liability of a Marketplace: Prospects for Recovering Damages from an Aggregator in Favor of a Deceived Buyer // Bulletin of the Kazan Law Institute of the Ministry of Internal Affairs of Russia. 2026. Vol. 17. No. 1. P. 55–61.

[21] Digital Economy: Current Trends in Legal Regulation / Ed. by I. I. Kucherov, S. A. Sinitsyn. Moscow: Norma, 2022. P. 23–24 (cited in: Chagina E. M. Rights and Obligations of an Aggregator Owner of Information on Goods and Services in Relations with Consumers // Legal Studies. 2025. No. 1. P. 1–13).

[22] Civil Code of the Russian Federation (Part One) No. 51-FZ of November 30, 1994 // Collection of Legislation of the Russian Federation. 1994. No. 32. Art. 3301.

[23] Ruling of the Fourth Cassation Court of General Jurisdiction of June 16, 2022, No. 8G-11930/2022 [88-17295/2022] (cited in: Efimenko E. How Courts Resolve Claims of Marketplace Buyers // Pravo.ru. February 22, 2023.

[24] Decision of the Ostankinsky District Court of Moscow of July 15, 2025, in Case No. 2-3810/2025.

[25] Ruling of the Fourth Cassation Court of General Jurisdiction in Case No. 88-23539/2022 (cited in: Efimenko E. Op. cit.).

[26] Decision of the Podolsk City Court of Moscow Region of March 14, 2025, in Case No. 2-2360/2025.

[27] Ruling of the Judicial Chamber for Civil Cases of the Supreme Court of the Russian Federation of September 5, 2023, No. 7-KG23-4-K2. URL: https://vsrf.ru/lk/practice/stor_pdf/2289832; see also: Review of Judicial Practice in Consumer Rights Protection Cases (approved by the Presidium of the Supreme Court of the Russian Federation on October 18, 2023). Paras. 3–5.

[28] Ruling of the Judicial Chamber for Civil Cases of the Supreme Court of the Russian Federation of July 14, 2026, No. 18-KG26-72-K4. URL: https://vsrf.ru/lk/practice/stor_pdf/2555652.

[29] Ruling of the Constitutional Court of the Russian Federation No. 39-P of June 16, 2026 "In the Case of Reviewing the Constitutionality of Clauses 1 and 3 of Article 1253.1 of the Civil Code of the Russian Federation in Connection with the Complaint of 'Hobby World' Limited Liability Company".

[30] Gabov A. V., Sayapin S. P. Platform Relations as a Subject of Legal Regulation // Lex Russica. 2025. Vol. 78. No. 11. P. 26–27.

[31] Zubarev N. S. Federal Law "On Certain Issues of Platform Economy Regulation in the Russian Federation" as a Response to the Challenges of Trade Digitalization // Courier of the Kutafin Moscow State Law University (MSAL). 2026. No. 2. P. 160.

[32] Regulation (EU) 2022/2065 of the European Parliament and of the Council of 19 October 2022 on a Single Market For Digital Services (Digital Services Act) // OJ L 277. 27.10.2022. P. 1–102. Art. 6(3), 30–32, 54.

[33] Directive (EU) 2024/2853 of the European Parliament and of the Council of 23 October 2024 on liability for defective products // OJ L. 2024/2853. 18.11.2024. Art. 8(3), 8(4); Onianova A. A. Marketplace Liability: A Comparative Analysis of Legal Approaches in the USA and France // Digital Law. 2024. Vol. 5. No. 3. P. 77.

[34] ELI Model Rules on Online Platforms. Vienna: European Law Institute, 2019. Art. 20. P. 19, 39–40.

[35] Bolger v. Amazon.com, LLC, 53 Cal. App. 5th 431 (2020); Amazon.com, Inc. v. McMillan, 625 S.W.3d 101 (Tex. 2021).

