

Оферта как инструмент правового регулирования предпринимательской деятельности с использованием маркетплейсов: опыт «Озона» и «Вайлдберриз»

Аннотация. В статье автором осуществлен комплексный аналитический разбор оферт двух крупнейших маркетплейсов на российском рынке — «Озона» и «Вайлдберриз». Актуальность проблематики обусловлена следующими факторами. В настоящее время маркетплейсы выступают своего рода драйвером, локомотивом развития отечественной экономики, создавая рабочие места, давая возможность развиваться огромному количеству малых и средних предприятий, индивидуальных предпринимателей. Вместе с тем, несмотря на широкое распространение и активное взаимодействие с маркетплейсами десятков миллионов граждан России, их деятельность остается по большому счету за рамками комплексного правового регулирования и во многом не входит в сферу внимания российского правопорядка. Взаимодействие площадок с гражданами и продавцами осуществляется прежде всего на основании собственных договоров площадок — оферт, которые зачастую предоставляют маркетплейсам широкий простор для злоупотреблений правами и содержат ряд небесспорных положений. В статье рассматриваются ключевые условия договоров площадок «Озон» и «Вайлдберриз» с продавцами, а также осуществляется их оценка с учетом положений российского законодательства, релевантной судебной практики и доктрины.

Ключевые слова: оферта; договор; маркетплейс; электронная площадка; штраф; отчет продавца; гражданско-правовая ответственность; злоупотребление правом; баланс интересов; дистанционная торговля.

Для цитирования: 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. 86–96. — DOI: 10.17803/1994-1471.2025.175.6.086-096.

© Зубарев Н. С., 2025

* Зубарев Никита Сергеевич, аспирант кафедры предпринимательского и корпоративного права Московского государственного юридического университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА), консультант ООО «Айнекс Эдженси»

Садовая-Кудринская ул., д. 9, г. Москва, Российская Федерация, 125993
s2021904@edu.msal.ru

An Offer as a Legal Regulatory Instrument for Entrepreneurial Activity with the Use of Marketplaces: The Case Study of «Ozon» and «Wildberries»

Nikita S. Zubarev, Postgraduate Student, Department of Business and Corporate Law,
Kutafin Moscow State Law University (MSAL); Legal Advisor at ООО «Aineks Agency», Moscow,
Russian Federation
s2021904@edu.msal.ru

Abstract. The author carried out a comprehensive analysis of offers made by the two largest marketplaces on the Russian market, namely, «Ozon» and «Wildberries». The relevance of the problem is due to the following factors. Currently, marketplaces act as a kind of a driver, locomotive of the development of the domestic economy, creating jobs, giving a huge number of small, medium-sized and individual enterprises an opportunity to develop. At the same time, despite a widespread and active interaction with marketplaces of tens of millions of Russian citizens, their activities remain, by and large, beyond the framework of comprehensive legal regulation, and they largely do not fall under the close attention of the Russian law and order. Interaction of sites with citizens and sellers is carried out primarily on the basis of their own agreements — offers that often provide marketplaces with a wide scope for abuse of rights and contain a number of controversial provisions. The paper discusses the key terms and conditions of contracts of «Ozon» and «Wildberries» with vendors and sellers, and evaluates them taking into account the provisions of Russian law, relevant judicial practice and the doctrine.

Keywords: offer; contract; marketplace; e-platform; penalty; seller's report; civil liability; abuse of the right; balance of interests; remote trading.

Cite as: Zubarev NS. An Offer as a Legal Regulatory Instrument for Entrepreneurial Activity with the Use of Marketplaces: The Case Study of «Ozon» and «Wildberries». *Aktual'nye problemy rossijskogo prava*. 2025;20(6):86-96. (In Russ.). DOI: 10.17803/1994-1471.2025.175.6.086-096.

Введение

По данным последних исследований, объем рынка онлайн-продаж в январе — октябре 2024 г. достиг 7 трлн руб., что на 43 % больше показателя аналогичного периода 2023 г. При этом за полный 2024 г. российский рынок электронной коммерции преодолел планку в 9 трлн руб., что более чем на 40 % выше аналогичного показателя 2023 г.¹

Однако, несмотря на очевидное удобство и широкую распространенность данного инструмента электронной торговли, в основном регулирование рассматриваемых отношений носит точечный характер, их субъекты взаимо-

действуют в рамках правил, определенных каждой площадкой в отдельности.

В отсутствие комплексного и предметного законодательного регулирования деятельности маркетплейсов основную роль в регламентации такого рода правоотношений играют положения, содержащиеся в офертах, договорах и иных документах каждой конкретной площадки. Как справедливо отмечает Н. В. Козинец, специфической особенностью маркетплейсов является их ориентированность на самостоятельную регламентацию механизмов работы². Кроме того, трудно не согласиться с утверждением А. И. Коваленко о том, что «власть маркетплейса обеспечивается правами площадки по

¹ Объем онлайн-продаж в России в 2025 году достигнет 9–11 трлн руб. // URL: https://www.vedomosti.ru/analytics/kрупnyy_plan/articles/2024/12/24/1083312-obem-onlain-prodazh-dostignet (дата обращения: 08.01.2025).

² Козинец Н. В. Правовое регулирование деятельности маркетплейсов: актуальные проблемы // Закон и власть. 2023. № 1. С. 29–31.

определению правил взаимодействия, создания и распределения ценности, а также подбору (сопоставлению, сочетанию) участников такого взаимодействия»³.

В соответствии со ст. 435 Гражданского кодекса РФ офертой признается адресованное одному или нескольким конкретным лицам предложение, которое достаточно определенно и выражает намерение лица, сделавшего предложение, считать себя заключившим договор с адресатом, которым будет принято предложение. Это предложение должно содержать существенные условия, предусмотренные для такого рода договоров⁴.

В настоящей публикации детально рассмотрен порядок взаимодействия с потребителями и продавцами товаров площадок «Вайлдберриз» и «Озон» — двух крупнейших маркетплейсов, по данным Федеральной антимонопольной службы. Так, в конце января 2024 г. глава ФАС РФ Максим Шаскольский указывал на то, что вышеуказанные площадки занимают 80 % всего рынка маркетплейсов в Российской Федерации, что говорит об их доминирующем положении⁵.

«Вайлдберриз»

На агрегаторе «Вайлдберриз» взаимодействие с продавцами выстраивается на основе Оферты о реализации товара на сайте «Вайлдберриз»⁶ — 61-страничного документа, состоящего из самой оферты (9 страниц, 8 разделов) и приложений:

- Правила использования портала;
- Правила упаковки и маркировки;
- Правила приемки и возврата;
- Правила расчета вознаграждения;
- Правила оказания услуг;
- Правила выкупа товара;

— Правила оказания услуг по продвижению товаров на сайте;

— Форма заявки на оказание услуг ВБ.Медиа;

— Соглашение продавцов о реализации товаров;

— Соглашение об обработке персональных данных;

— Удержание товаров;

— Правила продажи транспортных средств;

— Перечень штрафов;

— Перечень запрещенных товаров.

«Вайлдберриз» заключает договор с продавцом по следующей процедуре:

1. Продавец знакомится с условиями оферты и проходит регистрацию на портале, указывая в полях формы данные, необходимые для заключения договора.

2. «Вайлдберриз» проверяет предоставленные данные и в случае принятия положительного решения о заключении договора с продавцом высылает ему реквизиты для уплаты гарантийного взноса (при этом в п. 2.2 оферты содержится указание на то, что направление продавцу реквизитов для уплаты гарантийного взноса является предложением продавцу о заключении договора на условиях оферты).

3. С момента уплаты продавцом гарантийного взноса договор считается заключенным. При этом «Вайлдберриз», в соответствии с п. 2.4 оферты, может направить продавцу запрос, при получении которого продавец обязуется направить в адрес «Вайлдберриз» дополнительное подтверждение заключения договора (например, подписанные продавцом письмо о намерении заключить договор или текст оферты).

Договор, подлежащий заключению между продавцом и площадкой, с нашей точки зрения, по своей правовой природе является агентским,

³ Коваленко А. И. Сетевой эффект как признак доминирующего положения цифровых платформ // Современная конкуренция. 2020. № 1 (77).

⁴ Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 08.08.2024) // СЗ РФ. 1994. № 32.

⁵ ФАС признала Ozon и Wildberries коллективными монополистами // URL: <https://www.rbc.ru/business/24/01/2024/65b0f87b9a794746623673d9> (дата обращения: 08.01.2025).

⁶ Оферта о реализации товара на сайте Wildberries // URL: <https://static-basket-02.wbbasket.ru/vol20/offers/prd/product/latest.pdf> (дата обращения: 08.01.2025).

поскольку в его предмет входит осуществление от имени и за счет продавца следующих как юридических, так и фактических действий:

- действий, направленных на заключение и исполнение сделок купли-продажи товаров с покупателями;

- действий, направленных на прием оплаты за товары от покупателей и передачи товаров (при этом «Вайлдберриз» принимает денежные средства у покупателей за товар и формирует и выдает покупателю кассовый чек, который содержит информацию о продавце (его наименование и ИНН) в соответствии с требованиями Федерального закона от 22.05.2003 № 54-ФЗ «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении расчетов в Российской Федерации»)⁷.

Представляется справедливым упомянуть, что вопрос о юридической природе соглашения, заключаемого в рамках рассматриваемой модели (при продаже дистанционным способом с привлечением электронной торговой площадки), в целом является дискуссионным. Одни авторы придерживаются точки зрения о том, при заключении договора на электронной торговой площадке имеет место договор возмездного оказания услуг; другие рассматривают заключаемый договор в качестве агентского или смешанного⁸.

Следует отметить, что в судебной практике, несмотря на преобладающую позицию о квалификации упомянутого договора в качестве агентского, встречается позиция, в соответствии с которой договор между «Вайлдберриз» и продавцом представляет собой договор комиссии (например, см.: постановление Десятого арбитражного апелляционного суда от 07.07.2023 № 10АП-11457/2023 по делу № А41-88217/2022)⁹.

Кроме того, согласно п. 3.3 договора при исполнении поручения продавца «Вайлдберриз» может оказывать продавцу услуги (а продавец обязуется их оплатить), предусмотренные пунктом 6.4 договора. Под таковыми понимаются действия:

- по организации доставки товара покупателям и доставки товара от покупателя на склад «Вайлдберриз» в случае отказа покупателя от товара;

- хранению и складской обработке товара на складе «Вайлдберриз»;

- утилизации товара;

- предоставлению дополнительного функционала на портале;

- продвижению товаров на сайте.

Таким образом, «Вайлдберриз» изначально существенно расширяет рамки предмета договора и обуславливает получение «основных» услуг продавцом приобретением целого комплекса «сопутствующих» услуг, от которого продавец при сотрудничестве с «Вайлдберриз» не может отказаться. При этом в п. 6.5 договора отдельно отмечается, что задание продавца на оказание услуг, предусмотренных пунктом 6.4, действует с момента заключения договора. То есть, по сути, продавец, подписывая договор, изначально дает согласие на получение полного спектра услуг, оказываемых платформой.

В этом же разделе оферты указан и порядок передачи товара от продавца на сторону платформы (когда продажа товара на площадке «Вайлдберриз» осуществляется способами, подразумевающими такую передачу). Можно сказать, что продавец обязуется передавать товары «Вайлдберриз» на условиях, указанных в договоре и в зависимости от модели сотрудничества. В случае если продавец в обусловленные договором сроки не исполнит обязанность

⁷ Федеральный закон от 22.05.2003 № 54-ФЗ «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт» // СЗ РФ. 2003. № 21.

⁸ LegalTech в сфере предпринимательской деятельности : монография / отв. ред. И. В. Ершова, О. В. Сушкова. М. : Проспект, 2023. С. 148–149.

⁹ Постановление Десятого арбитражного апелляционного суда от 07.07.2023 № 10АП-11457/2023 по делу № А41-88217/2022 // СПС «КонсультантПлюс» (дата обращения: 08.01.2025).

по передаче товара, то, согласно положениям рассматриваемого раздела, он обязуется уплатить штраф и своими силами доставить товар до покупателя.

Важно отметить, что площадка принимает товар в соответствии с Правилами приемки и возврата товара (являются приложением к договору). Существенным положением договора, на наш взгляд, является то, что при передаче товара от продавца площадке применяется так называемый коэффициент проблемного товара. В пункте 4.11 договора закреплено правило о том, что, если коэффициент проблемного товара составляет более 5 %, право продавца на использование способов продажи товара, предоставляемых площадкой, существенным образом ограничивается. (У продавца при этом остается право использования только двух из всех вышеперечисленных способов продажи товара. Ограничение действует до дня, следующего за днем, в котором коэффициент проблемного товара вернулся в свое нормальное значение.) Маркетплейс в случае превышения соответствующего коэффициента вправе выставить продавцу требование о необходимости забрать товары, хранящиеся на складах «Вайлдберриз», и не принимать от продавца на хранение вновь поступающие товары до тех пор, пока коэффициент проблемного товара не вернется в норму.

Не меньший интерес для исследования представляют положения оферты «Вайлдберриз», касающиеся порядка формирования цены, по которой происходит отчуждение товаров, и порядка взаиморасчетов сторон.

В соответствии с п. 5.1 договора продавец имеет право самостоятельно определять цену продажи товара, а также устанавливать собственные скидки на товар. Кроме того, скидки, установленные площадкой «Вайлдберриз» по согласованию с продавцом, также признаются скидками, установленными продавцом.

При этом у «Вайлдберриз», как следует из п. 5.3 договора, есть право предоставлять покупателям возможность покупки товара с собственной скидкой маркетплейса без предварительного согласования с продавцом, а продавец, в свою очередь, не может с этим не согласиться. Кроме того, маркетплейс вправе менять

как в большую, так и в меньшую сторону цену товара, сформированную продавцом (при этом «Вайлдберриз» делает это за свой счет и тратит на предоставление скидок (в случае уменьшения цены) собственные средства, продавец же получает денежные средства в объеме изначально сформированной цены).

По итогам каждой недели продавец в личном кабинете на платформе получает отчет о продажах товаров с полной детализацией. В отчете в числе прочего указывается информация о комиссии маркетплейса за продажу товаров и о штрафах (если они в течение отчетного периода были выставлены продавцу). Важно отметить, что комиссия маркетплейса и штрафы удерживаются из итоговой выручки продавца автоматически, в безакцептном порядке. Кроме того, из итоговой суммы, подлежащей выплате продавцу по итогам отчетного периода, удерживаются затраты площадки, понесенные в связи с исполнением поручения продавца (при этом в оферте не конкретизируется, что именно понимается под таковыми, а маркетплейс не обязан предоставлять продавцу документацию, подтверждающую несение им соответствующих расходов и их стоимостное выражение). Продавец в течение 5 дней со дня получения отчета может заявить в отношении него мотивированные возражения посредством функционала личного кабинета портала.

В контексте анализа порядка направления возражений посредством личного кабинета следует отметить, что зачастую при рассмотрении споров касательно факта направления того или иного юридически значимого сообщения маркетплейсом продавцу посредством личного кабинета суды исходят именно из наличия у продавца обязанности по регулярной проверке личного кабинета на платформе. Так, в одном из дел, рассмотренных Арбитражным судом Московской области, индивидуальному предпринимателю было отказано в оспаривании штрафа, выставленного ему ООО «Вайлдберриз», ввиду несвоевременного направления предпринимателем претензии. Суд установил, что ИП направил возражения относительно штрафа лишь спустя 2 месяца после выставления площадкой штрафа, при этом отдельно суд

отметил, что «доказательств, подтверждающих невозможность направления истцом возражений на отчет по обстоятельствам, не зависящим от него, равно как и подтверждающих отсутствие доступа в личный кабинет, продавец не предоставил»¹⁰.

Интересным представляется также положение указанного раздела оферты о том, что если «Вайлдберриз» усматривает в поведении продавца признаки возможной недобросовестности, при которой продавцом нарушаются условия договора или законодательство Российской Федерации, то маркетплейс имеет право приостановить выплаты продавцу на период проведения в отношении него проверки (но не больше чем на 21 день) с уведомлением о такой приостановке.

Выше нами уже было отмечено, что вознаграждение площадки, так же как и штрафы, наложенные площадкой на продавца, удерживаются из его выручки и отражаются в еженедельном отчете.

Здесь невозможно не упомянуть ту существенную часть оферты маркетплейса «Вайлдберриз», которая касается ответственности продавца и штрафов, подлежащих применению в случае нарушения условий договора.

С точки зрения юридической техники положения договора между продавцом и «Вайлдберриз», содержащие информацию о штрафах, расположены не в основном тексте договора, а в приложении № 1 — в правилах использования портала. Думается, что это сделано площадкой специально, чтобы усыпить бдительность продавца. Ведь не всякий продавец, присоединяющийся к оферте «Вайлдберриз» (тем более среднестатистический предприниматель, у которого может и не быть юриста в штате), будет тщательно анализировать оферту, пробираясь через ее витиеватые формулировки. Так или иначе, пункт 9.8.1 приложения № 1 к оферте содержит отсылку к отдельному приложению — «Перечень штрафов». В нем в табличном виде

представлены разновидности нарушений договора, за которые предусмотрена ответственность.

Даже при беглом взгляде на данный перечень штрафов возникает понимание несоразмерности многих из них последствиям допущенного продавцом нарушения, их хаотичности, несистемности. Нетипичный для стандартных условий и правил гражданского оборота размер штрафов позволяет площадке существенно приращивать свои доходы. Так, по данным отчета по российским стандартам бухучета головного юридического лица площадки ООО «Вайлдберриз», сумма, полученная компанией от штрафов, пеней и неустоек по договорам, за 2023 г. выросла в 37,5 раз — до 4,96 млрд руб. по сравнению с 132 млн руб. в 2022 г.¹¹

«Вайлдберриз», будучи, по сути, сильной стороной в гражданском обороте и одним из немногих источников сбыта товара, стартовой площадкой для небольших домохозяйств и предпринимателей, навязывает условия договора, на которые продавец не может повлиять.

При этом маркетплейс уполномочен на осуществление соответствующих действий. Так, в п. 7.1 рассматриваемой оферты указано, что «Вайлдберриз» имеет право менять оферту и любые ее части в одностороннем порядке. Маркетплейс сообщает об этом продавцу, направив уведомление в личный кабинет. Однако направление уведомления в личный кабинет не является обязанностью «Вайлдберриз». Несмотря на то что маркетплейс делает это, продавец обязан самостоятельно отслеживать актуальные версии оферты на сайте. Кроме того, как следует из п. 7.3 договора, уведомление о внесении изменений публикуется в виде новости с указанием на содержание изменений, текстом изменений или текстом договора. Если маркетплейс опубликовал изменения, считается, что он выполнил свои обязанности по информированию.

Продавец может принять или не принять изменения к оферте. Если не принял — изменен-

¹⁰ Решение Арбитражного суда Московской области от 15.09.2023 по делу № А41-60370/2023 // СПС «КонсультантПлюс» (дата обращения: 08.01.2025).

¹¹ Wildberries вложит более €100 млрд в строительство складов // URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/05/04/2024/660d796d9a794749ddb7496d (дата обращения: 08.01.2025).

ные и добавленные пункты на него не распространяются. Однако существует оговорка о том, что данное правило действует лишь до момента первой после внесенных изменений к оферте осуществленной продавцом поставки на склад «Вайлдберриз». То есть, как только продавец первый раз после внесения в договор изменений поставит товар на склад маркетплейса, такие изменения считаются принятыми им в полном объеме (даже если ранее были отвергнуты).

«Озон»

Взаимодействие продавцов и площадки «Озон» также опосредуется договором. Однако, в отличие от платформы «Вайлдберриз», положения договора для продавцов товаров на платформе «Озон» сформулированы более четко и структурированно, а ресурс, на котором размещен договор, содержит пояснения к каждому пункту¹². Продавцу разъясняется смысл юридических формулировок и поясняется цель внедрения того или иного пункта, что делает чтение договора понятным для неюриста.

В предмет договора, заключаемого платформой «Озон» с продавцами, входят как действия, непосредственно связанные с реализацией товаров продавца на платформе, так и сопутствующие действия (услуги).

Например, в соответствии с п. 1.1 договора «Озон» обязуется:

- за вознаграждение совершать за счет продавца сделки, связанные с реализацией товаров продавца через платформу;
- за вознаграждение совершать за счет продавца сделки с третьими лицами, привлекаемыми для исполнения отдельных обязательств, связанных с реализацией товаров продавца через платформу;
- оказывать продавцу услуги в соответствии с приложениями к договору (а продавец обязуется оплачивать их).

При этом ко второй группе действий, входящих в предмет договора, относятся:

— предоставление продавцу возможности размещать предложения товаров на платформе, передача информации о заказах товаров продавца и информационное обслуживание клиентов;

— разработка, техническое обслуживание и администрирование личного кабинета продавца.

Отдельно оговаривается, что продавец поручает «Озону» заключать от имени «Озона» и за счет продавца договоры с третьими лицами на оказание услуги по организации приема платежей от клиентов (эквайринг).

Стоит отметить, что, в отличие от договора с продавцами товаров на площадке «Вайлдберриз», договор «Озона» содержит отдельный блок положений, касающийся его юридической квалификации. Так, в п. 1.2 договора указано: «К правоотношениям между Ozon и продавцом применяются положения ГК РФ о возмездном оказании услуг (гл. 39), об агентировании (гл. 52), о комиссии (гл. 51) — в случаях, предусмотренных в условиях продажи товаров и услуг юридическим лицам и в договоре, и иные правовые акты, принятые в соответствии с ними. Договор является рамочным договором (ст. 429.1). Договор не является публичным (ст. 426)».

Договор с продавцом заключается путем направления «Озоном» текста договора (оферты) с уведомлением об активации и любыми последовавшими действиями продавца в личном кабинете по выполнению условий договора (акцепт) в течение 365 дней с даты активации (срок для акцепта). При этом важно, что если продавец пользуется личным кабинетом, но не активировал свою учетную запись, то он не считается акцептовавшим оферту. Договор между площадкой и продавцом признается заключенным в момент направления уведомления об активации. Договор считается заключенным на неопределенный срок — до направления одной из сторон уведомления о его расторжении.

Поскольку договор не является публичным, площадка вправе отказать продавцу в активации

¹² Договор для продавцов товаров на платформе Ozon // URL: <https://seller-edu.ozon.ru/contract-for-sellers/contract-goods/contract-for-sell-goods-on-ozon> (дата обращения: 08.01.2025).

его личного кабинета (то есть в заключении договора) ввиду наличия ошибки в предоставленных продавцом данных или непрохождения последним проверки службой безопасности площадки.

«Озон» оставляет за собой право в одностороннем порядке вносить изменения в договор. Каналами уведомления об изменениях являются личный кабинет продавца и электронная почта, указанная при регистрации на платформе. «Озон» обязан заранее, в установленные договором сроки, сообщать обо всех изменениях.

Так, за 7 календарных дней площадка обязуется сообщить об изменениях, касающихся уменьшения тарифов или обновления регламентов договора, а за 14 рабочих дней — обо всех других изменениях. При этом «Озон» оставляет за собой право за 1 календарный день сообщать об изменениях в списке запрещенных товаров (если это необходимо для защиты покупателей), об уменьшении размеров вознаграждения, об изменениях в услугах и технических возможностях «Озона» (если такие изменения не накладывают на продавцов дополнительных обязательств и не ведут к увеличению их расходов), а также о любых других изменениях, вызванных изменениями законодательства Российской Федерации.

На продавца возлагается обязательство регулярно проверять личный кабинет и электронную почту на предмет наличия уведомлений об изменениях. При этом продавец может в течение 7 календарных дней выразить свое несогласие с введенными «Озоном» новыми правилами и направить площадке уведомление о расторжении договора. Если такого уведомления не поступает, изменения считаются принятыми обеими сторонами и подлежат применению в правоотношениях между ними.

Что касается порядка расторжения договора между продавцом и «Озоном», то любая из сторон договора может расторгнуть его во внесудебном порядке путем направления соответствующего уведомления. При этом в зависимости от основания, по которому расторгается договор, выделяются следующие даты, с которых договор считается прекращенным:

1) при несогласии продавца с изменениями в договоре — день получения маркетплейсом

уведомления о расторжении договора от продавца;

2) при расторжении договора ввиду нарушений продавца — день направления «Озоном» уведомления продавцу;

3) в иных случаях — последний календарный день отчетного периода, следующего за отчетным периодом, в котором было направлено уведомление.

При этом договор предусматривает механизм защиты прав продавца в случае, если «Озон» несправедливо приостанавливает с ним отношения. Так, продавец вправе оспорить отказ маркетплейса от исполнения договора, предоставив доказательства отсутствия нарушений либо достоверности и полноты заверений и гарантий, а маркетплейс, в свою очередь, обязан рассмотреть такое заявление в течение 7 календарных дней. При этом во избежание злоупотребления продавцом права на оспаривание в случае, если маркетплейс предоставил мотивированный отказ в отношении заявления об оспаривании, маркетплейс вправе не рассматривать последующие заявления, поданные по тем же основаниям при отсутствии дополнительных доказательств и информации.

Вводная часть договора регламентирует также порядок привлечения третьих лиц к выполнению «Озоном» обязательств по договору, закрепляет пределы гражданско-правовой ответственности третьих лиц перед продавцами, момент перехода права собственности на товары, запрет на уступку продавцом прав и обязанностей по договору с «Озоном» и т.д.

Второй раздел договора охватывает вопросы продажи товара продавцом на «Озоне». Наиболее важные положения, содержащиеся в нем, следующие:

1. Продажа товаров на маркетплейсе осуществляется через личный кабинет продавца. Продавец обязан самостоятельно заполнять карточки товаров, а продаваемый товар должен соответствовать предъявляемым маркетплейсом требованиям (каждый товар проходит проверку модераторами и в случае несоответствия не будет допущен к продаже). Кроме того, не допускаются к продаже товары, ограниченные в обороте, изъятые из оборота или

не подпадающие под соответствующий пакет услуг.

2. Продавец вправе самостоятельно определять цену продажи своего товара и устанавливать те или иные акции, скидки в отношении него. Маркетплейс также может выступать инициатором скидок и акций, снижая стоимость, установленную продавцом.

3. Маркетплейс предоставляет продавцам возможность продавать продукцию на условиях беспроцентной рассрочки.

4. Единственным официальным каналом связи продавца с покупателями является личный кабинет продавца. С представителями «Озона» продавец может общаться посредством личного кабинета или с использованием электронной почты, указанной при заключении договора.

5. При изменении реквизитов юридического лица оба участника договора обязаны сообщить об этом в течение суток.

6. «Озон» оставляет за собой право отправлять клиентам рекламные буклеты с товарами иных продавцов-партнеров, в том числе других брендов и продавцов.

Следующий раздел договора посвящен порядку предоставления отчетности, перечисления денежных средств продавцу, выплаты вознаграждения продавцом маркетплейсу. Ключевыми его положениями являются следующие:

1. Продавец выплачивает интернет-площадке установленный процент от стоимости проданного товара, а также с него взимается плата за упаковку, маркировку, доставку и хранение товара (обязательный перечень услуг, предоставляемый маркетплейсом, от которого продавец по условиям договора не вправе отказаться и которые обязан оплачивать). Остальные платные услуги продавец оплачивает на основании отдельно выставленного счета.

2. К отчетным документам, оформляемым маркетплейсом, относятся: отчет о реализации товара, УПД 1 (универсальный передаточный документ 1) к отчету и УПД 1 на все услуги, кроме реализации. Они отправляются продавцу ежемесячно в течение 5 календарных дней с момента окончания отчетного периода).

3. Полученные документы продавец обязан подписать в течение 5 дней. Если это не произо-

шло, отчетная документация считается автоматически подписанной.

4. Денежные средства поступают на счет продавца два раза в месяц. До 25-го числа каждого месяца — то, что начислено согласно промежуточному отчету о продажах, спустя 10 дней — разница между суммами в промежуточном и основном отчетах.

5. Акт сверки взаиморасчетов за истекший квартал продавец получает ежемесячно, до 15-го числа месяца, следующего за кварталом. На его проверку и подписание продавцу дается 15 дней.

В части ответственности сторон по договору можно отметить следующие положения:

1. Если продавец понес расходы по вине маркетплейса, для возмещения потерь он должен подтвердить данные факты документально. Для этого в кратчайшие сроки оформляется претензия. Компенсация выплачивается при условии, что претензия отправлена в течение 30 дней. Кроме того, «Озон» сохраняет за собой право принимать участие в разборе ситуаций с материальными потерями продавцов по вине маркетплейса.

2. Если товар теряется, продавцу начисляется компенсация за него. При этом в случае, когда этот товар находится уже после выплаты продавцу компенсации, маркетплейс имеет право продавать его как собственный.

3. Договором устанавливается обязательный досудебный порядок урегулирования споров. Так, все споры в отношениях сторон решаются ими в течение 30 дней путем переговоров. Если урегулировать их не удастся, спор подлежит разрешению в Арбитражном суде города Москвы.

Выводы

Как следует из сравнения оферт двух крупнейших маркетплейсов, в целом во многом схемы их взаимодействия с продавцом и правовая регламентация такого взаимодействия сходны.

В целях начала продаж и на «Озоне», и на «Вайлдберриз» необходимо предоставить запрашиваемые маркетплейсом данные о юридическом лице — продавце, включая сканы учре-

дительных документов. Кроме того, и там и там от продавца потребуются сертификаты качества на товары, а также документация, разрешающая продавать продукцию с зарегистрированной торговой маркой.

И «Озон», и «Вайлдберриз» работают с ООО, ИП или АО. При этом «Вайлдберриз» работает также с самозанятыми. То есть физическое лицо без специального правового статуса (ИП или самозанятого) осуществлять деятельность по продаже товаров на маркетплейсах не сможет. В этой связи нельзя не вспомнить про справедливое утверждение А. В. Левушкина, который отмечал, что «индивидуальные предприниматели, самозанятые граждане и юридические лица обладают равными правами и являются одинаковыми участниками коммерческой деятельности в сфере онлайн-торговли»¹³.

На «Озоне» денежные средства выплачиваются продавцу 2 раза в месяц: 15-го и 25-го числа. Это не всегда удобно и может тормозить развитие бизнеса на маркетплейсе. На «Вайлдберриз» кассовый разрыв для продавца остается минимальным: выплаты денежных средств продавцу осуществляются каждый понедельник.

Таким образом, положения проанализированных в статье оферт крупнейших маркетплейсов — «Вайлдберриз» и «Озон» — не представляются однозначными. В целом это довольно содержательная, многоаспектная регламентация порядка взаимодействия продавца и площадки. При этом, однако, многие разделы содержат явный дисбаланс в пользу электронных площадок, что едва ли можно назвать справедливым по отношению к продавцам. Как обосновательно указывают в своем комплексном исследовании А. В. Савоськин и И. И. Фликов,

«на сегодняшний день законодательство Российской Федерации в части правового статуса владельцев агрегаторов не способствует здоровому развитию экономических отношений между субъектами предпринимательской деятельности, а по объему возможной ответственности отдает предпочтения новым участникам цифрового рынка, обладающим большей экономической мощью перед своими партнерами-продавцами»¹⁴.

В этой связи следует признать, что оферта не может служить универсальным способом регулирования взаимодействия между субъектами электронной торговли и что законодателю предстоит точечная, кропотливая работа по выработке взвешенного инструментария правового регулирования этой молодой отрасли российской экономики. Обоснованным видится предложение В. А. Аксенова и С. В. Одинцова, которые отмечают, что видят целесообразным принятие отдельного комплексного федерального закона, формулирование универсальных определений правовых явлений в рамках рассматриваемых правоотношений и максимальный уход от использования точечного регулирования в разрозненных нормативных актах¹⁵.

Представляется разумным обеспечить баланс публичных и частных интересов в сфере дистанционной торговли путем более детальной регламентации прав и обязанностей ее участников в законодательстве и подзаконных актах, четкого определения правового статуса интернет-магазинов, агрегаторов, маркетплейсов, урегулирования спорных вопросов взаимодействия потребителей, продавцов и посредников, совершенствования электронных механизмов защиты прав и разрешения споров.

¹³ Левушкин А. Н. Обеспечение баланса интересов участников цифрового торгового оборота // Вестник Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА). 2024. № 1(8). С. 158–165.

¹⁴ Савоськин А. В., Фликов И. И. Ответственность владельца агрегатора и продавца перед потребителем по договору купли-продажи на маркетплейсе // Территория новых возможностей. 2023. № 3 (67).

¹⁵ Аксенов В. А., Одинцов С. В. Правовая природа маркетплейсов // Вестник Балтийского федерального университета имени И. Канта. Серия «Гуманитарные и общественные науки». 2024. № 1.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Аксенов В. А., Одинцов С. В. Правовая природа маркетплейсов // Вестник Балтийского федерального университета имени И. Канта. Серия «Гуманитарные и общественные науки». — 2024. — № 1. — С. 5–21.
2. Белов В. А. Цифровое посредничество и потребительские отношения: правовая природа и ответственность // Актуальные проблемы российского права. — 2022. — № 17 (8). — С. 68–82.
3. Коваленко А. И. Сетевой эффект как признак доминирующего положения цифровых платформ // Современная конкуренция. — 2020. — Т. 14. — № 1 (77). — С. 18–36.
4. Левушкин А. Н. Обеспечение баланса интересов участников цифрового торгового оборота // Вестник Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА). — 2024. — № 1 (8). — С. 158–165.
5. Савоськин А. В., Фликов И. И. Ответственность владельца агрегатора и продавца перед потребителем по договору купли-продажи на маркетплейсе // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета. — 2023. — Т. 15. — № 3. — С. 60–71.
6. LegalTech в сфере предпринимательской деятельности : монография / отв. ред. И. В. Ершова, О. В. Сушкова. — М. : Проспект, 2023.

Материал поступил в редакцию 8 января 2025 г.

REFERENCES (TRANSLITERATION)

1. Aksenov V. A., Odintsov S. V. Pravovaya priroda marketpleysov // Vestnik Baltiyskogo federalnogo universiteta imeni I. Kanta. Seriya «Gumanitarnye i obshchestvennye nauki». — 2024. — № 1. — S. 5–21.
2. Belov V. A. Tsifrovoe posrednichestvo i potrebitelskie otnosheniya: pravovaya priroda i otvetstvennost // Aktual'nye problemy rossijskogo prava. — 2022. — № 17 (8). — S. 68–82.
3. Kovalenko A. I. Setevoy effekt kak priznak dominiruyushchego polozheniya tsifrovyykh platform // Sovremennaya konkurentsia. — 2020. — T. 14. — № 1 (77). — S. 18–36.
4. Levushkin A. N. Obespechenie balansa interesov uchastnikov tsifrovogo trgovogo oborota // Vestnik Universiteta imeni O.E. Kutafina (MGYuA). — 2024. — № 1 (8). — S. 158–165.
5. Savoskin A. V., Flikov I. I. Otvetstvennost vladeltsa agregatora i prodavtsa pered potrebitelem po dogovoru kupli-prodazhi na marketpleyse // Territoriya novykh vozmozhnostey. Vestnik Vladivostokskogo gosudarstvennogo universiteta. — 2023. — T. 15. — № 3. — S. 60–71.
6. LegalTech v sfere predprinimatelskoy deyatel'nosti: monografiya / otv. red. I. V. Ershova, O. V. Sushkova. — M.: Prospekt, 2023.