

БРАТУХИНА Екатерина Вячеславовна
доцент кафедры частно-правовых наук
Волго-Вятского института (филиала)
ФГБОУ ВО «Московский государственный юридический
университет имени О.Е. Кутафина (МГЮА)»,
доцент кафедры юридических дисциплин
Кировского института (филиала) АНО ВО
«Московский гуманитарно-экономический университет»,
кандидат педагогических наук,
e-mail: Bratukhina-pravo@mail.ru

ГРАЖДАНСКО-ПРАВОВАЯ ЗАЩИТА ПРОДАВЦОВ НА МАРКЕТПЛЕЙСАХ ОТ НЕДОБРОСОВЕСТНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Аннотация. Статья посвящена исследованию актуальной проблемы «потребительского экстремизма» в сфере российской дистанционной электронной торговли через крупнейшие маркетплейсы (Wildberries, Ozon, Яндекс Маркет, Мегамаркет). Автор анализирует правовые деформации, вызванные дисбалансом между жесткими защитными нормами Закона РФ «О защите прав потребителей» и реальной практикой их применения недобросовестными покупателями ради незаконного обогащения. В работе подробно рассматриваются основные мошеннические схемы (подмена товаров, умышленное затягивание сроков выплат ради начисления пеней, использование вещей в личных целях с последующим возвратом). На основе анализа актуальной судебной практики Верховного Суда РФ и арбитражных судов доказываемся тренд на применение ст. 10 ГК РФ (злоупотребление правом) для защиты прав продавцов. Также исследуются современные превентивные технологические методы борьбы с мошенничеством на базе искусственного интеллекта и предлагаются конкретные изменения в действующее гражданское законодательство РФ.

Ключевые слова: потребительский экстремизм, маркетплейсы, дистанционная торговля, защита прав продавцов, злоупотребление правом, статья 10 ГК РФ, Закон о защите прав потребителей, Wildberries, Ozon, подмена товара, судебная практика, искусственный интеллект в ритейле.

BRATUKHINA Ekaterina Vyacheslavovna,
Associate Professor, Department of Private Legal Sciences
at the Volga-Vyatka Institute (branch)
of the Kutafin Moscow State Law University (MSAL),
Associate Professor of the Department of Legal Disciplines
at the Kirov Institute (branch) of the Moscow University
for the Humanities and Economics,
Candidate of Pedagogical Sciences

CIVIL LAW PROTECTION OF MARKETPLACE SELLERS AGAINST UNSCRUPULOUS CONSUMERS

Annotation. The article is devoted to the study of the highly topical issue of “consumer extremism” (consumer opportunism) within the Russian remote electronic commerce sector operating through major digital marketplaces (Wildberries, Ozon, Yandex Market, Megamarket). The author analyzes legal distortions caused by the imbalance between the strict protective norms of the Russian Federation Law “On Protection of Consumers’ Rights” and the actual practice of their exploitation by bad-faith buyers for the purpose of unjust enrichment. The paper examines in detail the primary fraudulent schemes, including product substitution, intentional delay of payment deadlines to accumulate statutory penalties, and the short-term use of goods for personal purposes followed by their return. Based on an analysis of current judicial practice of the Supreme Court of the Russian Federation and commercial (arbitration) courts, the author demonstrates a growing trend toward applying Article 10 of the Civil Code of the Russian Federation (abuse of rights) to protect the rights of

sellers. Furthermore, the study explores modern preventive technological methods of combating fraud using artificial intelligence and proposes specific amendments to the current civil legislation of the Russian Federation.

Key words: consumer extremism, consumer opportunism, marketplaces, remote trade, protection of sellers' rights, abuse of rights, Article 10 of the Civil Code, Law on Protection of Consumers' Rights, Wildberries, Ozon, product substitution, judicial practice, artificial intelligence in retail.

В российском законодательстве термин «потребительский экстремизм» отсутствует, однако в цивилистической доктрине его квалифицируют через статью 10 Гражданского кодекса РФ как злоупотребление правом. Речь идёт о действиях, осуществляемых исключительно с намерением причинить вред другому лицу либо в обход закона с противоправной целью.

Маркетплейсы — Wildberries, Ozon, Яндекс Маркет, Мегамаркет — стали идеальной средой для таких злоупотреблений благодаря упрощённому режиму дистанционной торговли (ст. 26.1 ЗоЗПП), который предоставляет покупателю право вернуть товар надлежащего качества в течение 7 дней после получения. Однако, как отмечают ведущие цивилисты, этот механизм, изначально задуманный как социальный щит для слабой стороны договора, приобрёл деформирующие черты.

По мнению ряда исследователей и позиции судов [2,5], (М.И. Брагинский [8], В.А. Хохлов [9], В. С. Ем [9]), когда штрафные санкции и неустойки начинают многократно превышать стоимость самого блага, право перестаёт быть оборонительным инструментом и превращается в коммерческое предприятие по извлечению сверхприбыли. Это подрывает базовый принцип гражданского права — эквивалентность встречного предоставления. Кроме того, маркетплейсы, создавая сверхальтруистичные правила игры ради конкуренции за трафик, фактически поощряют девиантное поведение пользователей, что ведёт к деформации института добросовестности (ст. 1 ГК РФ).

Председатель правления Ассоциации юристов России Владимир Груздев также отмечает смещение фокуса проблемы: «Если раньше основной мишенью для «потребительского экстремизма» была сфера строительства, то теперь практика смещается в онлайн-торговлю [11]».

В судах растёт число исков против продавцов на маркетплейсах, где юристы и покупатели злоупотребляют законом ради штрафов». Так, за 2023 год (2577 исков) поступило в Арбитражный суд Московской области, где по подсудности рассматриваются дела с участием ООО «Вайлдберриз» (Wildberries). В 89% случаев (2290 исков) маркетплейс выступает в качестве ответчика, таким образом, споры лишь по одному мар-

кетплейсу заняли порядка 2% всей годовой нагрузки суда [12].

На маркетплейсах сформировались три наиболее популярные схемы экстремизма:

1. Приобретение товаров для краткосрочного использования с последующим возвратом - потребитель приобретает дорогостоящие товары (одежду, обувь, электронику) для использования в течение ограниченного периода времени: для участия в мероприятии, поездке или иных разовых целях. После использования товар возвращается продавцу под видом не подошедшего по размеру, фасону или иным субъективным основаниям, предусмотренным статьей 26.1 Закона РФ «О защите прав потребителей».
2. Подмена товара при возврате - потребитель заказывает оригинальный брендовый товар (смартфон, меховое изделие, обувь известных марок), при оформлении возврата вместо оригинального изделия передается старая вещь, дешёвая подделка или аналогичный товар более низкого качества.
3. Затягивание процедуры возврата с целью получения неустойки - при обнаружении незначительного дефекта товара потребитель направляет продавцу претензию с требованием возврата денежных средств, при этом он умышленно уклоняется от получения денежных средств, указывая неверные банковские реквизиты, не отвечая на телефонные звонки и сообщения, затягивая процесс урегулирования спора с целью накопление неустойки в размере одного процента от стоимости товара за каждый день просрочки (статья 23 Закона РФ «О защите прав потребителей») до момента, когда сумма неустойки многократно превышает стоимость самого товара, после чего потребитель обращается в суд с требованием о взыскании всей накопленной суммы.

В последние годы суды всё чаще отходят от безусловного удовлетворения любых требований потребителей и применяют статью 10 ГК РФ для пресечения недобросовестного поведения. Так [1], покупатель приобрёл дорогостоящий системный блок и через пять дней вернул его, заявив, что он «не подошёл по габаритам». При приёмке продавец обнаружил сорванные пломбы, изменённое программное обеспечение и следы раз-

гона видеокарты, что свидетельствовало об использовании товара в майнинге. Суд первой инстанции встал на сторону покупателя, однако кассационная инстанция отменила решение, указав, что право на дистанционный возврат действует только при сохранении товарного вида и потребительских свойств. Наличие следов эксплуатации исключает возможность применения ст. 26.1 ЗоЗПП. Действия истца были признаны злоупотреблением правом, в иске отказано полностью.

Еще одним примером может служить дело о кофемашине [3]: покупатель обнаружил мелкую царапину на кофемашине стоимостью 90 000 рублей и направил претензию с требованием возврата денег, однако умышленно указал неверные банковские реквизиты. Продавец пытался связаться с клиентом для уточнения данных и организовал курьерскую доставку, но покупатель игнорировал звонки. Спустя полгода он обратился в суд, требуя 90 000 рублей за товар и 150 000 рублей неустойки. Верховный Суд РФ напомнил [3], что суды обязаны оценивать поведение обеих сторон на предмет добросовестности. Поскольку продавец предпринимал активные действия, а покупатель уклонялся от урегулирования, на основании ст. 10 ГК РФ во взыскании неустойки и штрафа было отказано, выплата ограничена только стоимостью товара.

Когда подмена происходит в процессе логистики или при возврате в пункте выдачи, продавец не должен нести убытки. Отношения между продавцом и маркетплейсом регулируются договором комиссии или агентским соглашением. Согласно статьям 401 и 998 ГК РФ, хранитель (маркетплейс) несёт полную материальную ответственность за утрату, недостачу или повреждение имущества, принятого на хранение или для реализации. Если площадка приняла от покупателя подменённый товар без надлежащей проверки, она обязана компенсировать продавцу полную рыночную стоимость вещи.

Арбитражная практика последних лет подтверждает этот подход:

1. В деле Дело № А41-33671/24 [6] продавец взыскал с ООО «Вайлдберриз» 18 000 рублей за подменённые товары. Суд указал, что маркетплейс не предоставил доказательств того, что товар был испорчен или подменён до передачи на склад, а риск ненадлежащей проверки возврата в пункте выдачи заказов лежит на самом маркетплейсе.
2. В деле № А41-25953/25 [6] Арбитражный суд Московской области удовлетворил иск продавца к ООО «РВБ» (управляющая компания Wildberries) на сумму 2,5 миллиона рублей. Компенсация выплачена за потерянные и подменённые изделия из кожи и

меха, которые площадка приняла от третьих лиц в дефектном состоянии или не в той комплектации. <https://sudact.ru/arbitral/doc/7m3OnP0nv55Q/>

Борьба с мошенничеством сегодня перешла из юридической плоскости в технологическую. Крупные маркетплейсы внедряют системы искусственного интеллекта для превентивного выявления мошеннических схем. Так, например, объединённая компания Wildberries и Russ с 2025 года запустила через систему искусственного интеллекта анализ поведенческих сигналов пользователей, которая выявляет фальшивые аккаунты, мошенничество с бонусами, заказами и отзывами ещё на этапе регистрации заказа. В ближайшей перспективе планируется также через нейросети анализировать профиль пользователя (соотношение выкупа к возвратам, частоту заказов аналогичных позиций разных размеров, время нахождения в примерочной). Покупателям с аномальным поведением должна будет автоматически отключаться опция «оплата при получении» или снижаться лимит бесплатных возвратов [13].

Таким образом, сделаем общие выводы:

1. Потребительский экстремизм на маркетплейсах представляет собой системную угрозу стабильности сферы дистанционной торговли, порождённую дисбалансом между сверхльготным режимом дистанционной торговли (ст. 26.1 ЗоЗПП) и отсутствием эффективных правовых механизмов противодействия злоупотреблениям. Это явление деформирует принцип добросовестности (ст. 1 ГК РФ) и подрывает основы предпринимательской деятельности.
2. Судебная практика последних лет демонстрирует устойчивый тренд на применение статьи 10 ГК РФ для пресечения недобросовестного поведения потребителей. Суды всё чаще отказывают во взыскании неустоек и штрафов, если установлен факт злоупотребления правом (уклонение от получения денег, подмена товара, эксплуатация товара с последующим возвратом).
3. Ответственность маркетплейсов за возвращённый товар должна быть строго регламентирована. В соответствии со ст. 401 и 998 ГК РФ, площадки, принимающие возврат без надлежащей проверки, обязаны компенсировать продавцам полную стоимость утраченного или подменённого имущества. Арбитражная практика (дела № А41-33671/24, № А41-25953/25) подтверждает этот подход.
4. Технологические методы противодействия (оценка рисков на основе искусственного интеллекта, анализ действий потребителя) становятся не альтернативой, а необходи-

мым дополнением к правовым механизмам защиты. Их внедрение позволит пресекать мошенничество на этапе его совершения, а не только в судебном порядке.

Для совершенствования законодательства в борьбе с потребительским экстремизмом предлагается:

1. Внести изменения в статью 26.1 Закона РФ «О защите прав потребителей», установив, что право на возврат товара надлежащего качества, приобретённого дистанционным способом, не подлежит применению в отношении:
 - товаров, имеющих явные следы эксплуатации (помимо примерки);
 - технически сложных товаров (смартфоны, ноутбуки, бытовая техника), в отношении которых были нарушены пломбы или активированы пользовательские настройки;
 - товаров, возвращаемых лицом, которое в течение календарного года совершило три и более возврата аналогичных товаров без выявления производственного брака (презумпция недобросовестности).
2. Дополнить статью 23 ЗоЗПП положением, ограничивающим размер неустойки за нарушение сроков удовлетворения требований потребителя в дистанционной торговле. Предлагается установить, что общий размер неустойки (пени) не может превышать стоимость товара, а её начисление приостанавливается с момента, когда продавец предпринял активные действия по возврату денежных средств, но покупатель уклоняется от их получения (указывает неверные реквизиты, не отвечает на звонки и сообщения).
3. Закрепить на уровне Федерального закона «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» или отдельного акта обязанность маркетплейсов (агрегаторов) по формированию и ведению реестра недобросовестных потребителей, аналогичного реестру недобросовестных поставщиков. Основанием для включения в такой реестр должно служить вступившее в законную силу решение суда о злоупотреблении правом (ст. 10 ГК РФ). Пребывание в реестре автоматически лишает потребителя права на льготный режим возврата по ст. 26.1 ЗоЗПП на срок до 3 лет.
4. Внести изменения в статью 998 Гражданского кодекса РФ, установив, что комиссионер (маркетплейс) несёт ответственность за сохранность возвращённого товара и обязан проводить его осмотр в присутствии покупателя с фиксацией процесса видеозаписью. Отсутствие видеозаписи или акта

осмотра лишает маркетплейс права ссылаться на то, что товар был возвращён в надлежащем состоянии.

5. Разработать и утвердить на уровне Правительства РФ типовые правила возврата товаров, приобретённых на маркетплейсах, которые бы содержали:
 - обязательный перечень фото- и видеофиксации при приёмке возврата;
 - сроки и порядок досудебного урегулирования споров;
 - механизм обязательной досудебной экспертизы при спорах о качестве технически сложных товаров.
6. Ввести в статью 10 Гражданского кодекса РФ отдельный пункт, прямо квалифицирующий как злоупотребление правом систематическое (более трёх раз в год) использование потребителем института дистанционного возврата с целью безвозмездного временного пользования товаром (так называемый «гардероб напрокат»). Это позволит судам в случае признания таких действий недобросовестными отказывать во взыскании неустоек и судебных расходов.

Таким образом, адаптация бизнес-процессов к новым реалиям, активная судебная защита своих интересов и совершенствование законодательства в направлении балансировки прав и обязанностей сторон дистанционной торговли — вот основные инструменты, которые позволят сохранить финансовую устойчивость продавцов на маркетплейсах и обеспечить справедливость в сфере дистанционной торговли.

Список литературы:

- [1] Обзор судебной практики по делам о защите прав потребителей : утв. Президиумом Верховного Суда Российской Федерации 23 окт. 2024 г. — URL: <https://vsrf.ru/> (дата обращения: 26.06.2026). — Текст : электронный.
- [2] Постановление Арбитражного суда Поволжского округа от 18 апр. 2019 г. по делу № А65-28767/2016. — URL: <https://sudact.ru/arbitral/doc/708gZTYi8iZR/> (дата обращения: 27.06.2026). — Текст : электронный.
- [3] Определение Судебной коллегии по гражданским делам Второго кассационного суда общей юрисдикции от 29 апр. 2021 г. по делу № 8Г-6002/2021. — URL: <https://sudact.ru/> (дата обращения: 26.06.2026). — Текст : электронный.
- [4] Определение Судебной коллегии по гражданским делам Верховного Суда Российской Федерации № 4-КГ21-15-К1. — URL: <https://vsrf.ru/> (дата обращения: 26.06.2026). — Текст : электронный.
- [5] Дело № А40-225878/23-12-1848 : решение Арбитражного суда г. Москвы от 19 дек. 2023

г. — URL: <https://sudact.ru/arbitral/doc/Oyonql6C3jmW/> (дата обращения: 26.06.2026). — Текст : электронный.

[6] Дело № А41-33671/24 : решение Арбитражного суда Московской области от 1 авг. 2024 г. — URL: https://kad.arbitr.ru/Document/Pdf/f5fbaa07-79f8-4c69-9718-ad5654af5996/0a9cc91b-bc5d-482c-962a-824289e2a2b7/A41-33671-2024_20240801_Reshenija_i_postanovlenija.pdf?isAddStamp=True (дата обращения: 20.06.2026). — Текст : электронный.

[7] Дело № А41-25953/25 : решение Арбитражного суда Московской области от 22 сент. 2025 г. — URL: https://kad.arbitr.ru/Document/Pdf/a5e9816d-f560-4855-b06a-956587278c26/297522f4-08b8-4764-9012-9c2f678c42cb/A41-25953-2025_20250922_Reshenija_i_postanovlenija.pdf?isAddStamp=True (дата обращения: 20.06.2026). — Текст : электронный.

[8] Брагинский М. И., Витрянский В. В. Договорное право. Книга первая: Общие положения. — 3-е изд., стер. — М. : Статут, 2001. — 848 с. — ISBN 5-8354-0088-4. — Текст : непосредственный.

[9] Ем В. С. О видах субъективных гражданских прав и о пределах их осуществления // Вестник гражданского права. — 2019. — Т. 19, № 4. — С. 7–21. — DOI: 10.24031/1992-2043-2019-19-4-7-21. — Текст : непосредственный.

[10] Хохлов В. А. Ответственность за нарушения договора по гражданскому праву. — Тольятти : Волжский ун-т им. В.Н. Татищева, 1997. — 312 с. — Текст : непосредственный.

[11] Иски к маркетплейсам становятся новой формой «потребительского экстремизма». — URL: <https://pravo.ru/news/260653/> (дата обращения: 20.06.2026). — Текст : электронный.

[12] Споры с маркетплейсами (статистика). — URL: <https://tgstat.ru/en/channel/@tishkevichsb/600> (дата обращения: 15.06.2026). — Текст : электронный.

[13] Wildberries и Russ и MTC запустили совместную AI-систему защиты от мошенничества. — URL: <https://www.forbes.ru/novosti-kompaniy/538478-wildberries-i-russ-i-mts-zapustili-sovmestnuu-ai-sistemu-zasity-ot-mosennicestva> (дата обращения: 26.06.2026). — Текст : электронный.

References:

[1] Review of Consumer Protection Case Law: approved by Presidium of the Supreme Court of the Russian Federation October 23, 2024 - URL: <https://vsrf.ru/> (date of appeal: 26.06.2026). - Text: electronic.

[2] Resolution of the Arbitration Court of the Volga District dated April 18, 2019 in case No. A65-28767/2016. - URL: <https://sudact.ru/arbitral/doc/708gZTYi8iZR/> (access date: 27.06.2026). - Text: electronic.

[3] Determination of the Judicial Collegium for Civil Cases of the Second Court of Cassation of General Jurisdiction dated April 29, 2021 in case No. 8G-6002/2021. - URL: <https://sudact.ru/> (access date: 26.06.2026). - Text: electronic.

[4] Determination of the Judicial Collegium for Civil Cases of the Supreme Court of the Russian Federation No. 4-KG21-15-K1. - URL: <https://vsrf.ru/> (access date: 26.06.2026). - Text: electronic.

[5] Case No. A40-225878/ 23-12-1848: decision of the Arbitration Court of Moscow dated December 19, 2023 - URL: <https://sudact.ru/arbitral/doc/Oyonql6C3jmW/> (date of appeal: 26.06.2026). - Text: electronic.

[6] Case No. A41-33671/24: decision of the Arbitration Court of the Moscow Region dated August 1, 2024 - URL: https://kad.arbitr.ru/Document/Pdf/f5fbaa07-79f8-4c69-9718-ad5654af5996/0a9cc91b-bc5d-482c-962a-824289e2a2b7/A41-33671-2024_20240801_Reshenija_i_postanovlenija.pdf?isAddStamp=True (date of appeal: 20.06.2026). - Text: electronic.

[7] Case No. A41-25953/25: decision of the Arbitration Court of the Moscow Region dated September 22, 2025 - URL: https://kad.arbitr.ru/Document/Pdf/a5e9816d-f560-4855-b06a-956587278c26/297522f4-08b8-4764-9012-9c2f678c42cb/A41-25953-2025_20250922_Reshenija_i_postanovlenija.pdf?isAddStamp=True (date of appeal: 20.06.2026). - Text: electronic.

[8] Braginsky M.I., Vitryansky V.V. Contract law. Book One: General Provisions. - 3rd ed., Erased - M.: Statute, 2001. - 848 p. - ISBN 5-8354-0088-4. - Text: direct.

[9] Em V. S. On the types of subjective civil rights and on the limits of their implementation//Bulletin of Civil Law. — 2019. - T. 19, NO. 4. - S. 7-21. — DOI: 10.24031/1992-2043-2019-19-4-7-21. - Text: direct.

[10] V. A. Khokhlov, Liability for Breaches of Contract under Civil Law. - Togliatti: Volzhsky University named after V.N. Tatishchev, 1997. - 312 p. - Text: immediate.

[11] Marketplace lawsuits are becoming a new form of “consumer extremism.” - URL: <https://pravo.ru/news/260653/> (access date: 20.06.2026). - Text: electronic.

[12] Marketplace disputes (statistics). - URL: <https://tgstat.ru/en/channel/@tishkevichsb/600> (accessed: 15.06.2026). - Text: electronic.

[13] Wildberries and Russ and MTS have launched a joint AI fraud protection system. — URL: <https://www.forbes.ru/novosti-kompaniy/538478-wildberries-i-russ-i-mts-zapustili-sovmestnuu-ai-sistemu-zasity-ot-mosennicestva> (дата обращения: 26.06.2026). - Text: electronic.