

УДК 347.4:004.738.5

ПРОБЛЕМЫ ОДНОСТОРОННЕГО ИЗМЕНЕНИЯ УСЛОВИЙ ДОГОВОРА МАРКЕТПЛЕЙСОМ

Полуянов Степан

магистрант, Московский финансово-юридический университет

business.alik@gmail.com

Аннотация

Цель исследования состоит в выявлении устойчивых моделей злоупотребления правом одностороннего изменения договора со стороны операторов маркетплейсов и оценке эффективности новейших законодательных ограничений, введенных Федеральным законом от 31.07.2025 № 289-ФЗ. Эмпирическую базу составили тексты оферт Ozon и Wildberries (редакции 2023-2025 гг.), 47 судебных актов арбитражных судов и судов общей юрисдикции, а также статистические данные о динамике исков продавцов к платформам за 2023-2024 гг. Применялись методы контент-анализа договорных конструкций, сравнительно-правового анализа и количественной обработки судебной статистики. Установлено, что в 72,3 % изученных споров предметом оспаривания выступали условия оферт, допускающие ретроактивное ухудшение положения продавца; при этом требования истцов удовлетворялись полностью или частично в 55 % дел. Введение 45- и 15-дневных сроков уведомления об изменениях снижает остроту проблемы, однако не устраняет риск изменения условий, не относящихся к прямо перечисленным в законе категориям. Научная новизна заключается в комплексной оценке судебной практики через призму баланса договорной свободы и императивных ограничений, а также в выявлении латентных пробелов нового регулирования. Сделан вывод о необходимости дополнения законодательных норм требованием об экономическом обосновании изменений и о распространении запрета ретроактивности на все существенные условия договора.

Ключевые слова: *маркетплейс, одностороннее изменение договора, договор присоединения, злоупотребление правом, судебная практика, платформенная экономика, баланс интересов, ретроактивность.*

PROBLEMS OF UNILATERAL MODIFICATION OF CONTRACT TERMS BY A MARKETPLACE OPERATOR

Stepan Poluyanov

Master's student, Moscow University of Finance and Law (MFUA)

business.alik@gmail.com

Abstract

The study aims to identify persistent patterns of abuse of the right to unilaterally modify marketplace contracts and to assess the effectiveness of the recent statutory restrictions introduced by Federal Law No. 289-FZ of 31 July 2025. The empirical base comprises the offer documents of Ozon and Wildberries (2023-2025 versions), 47 judicial acts of commercial and general jurisdiction courts, and statistical data on the dynamics of seller claims against platforms in 2023-2024. The methods employed include content analysis of contractual structures, comparative legal analysis, and quantitative processing of judicial statistics. It is established that in 72.3 % of the examined disputes the challenged provisions were those permitting retroactive deterioration of the seller's position; claims were fully or partially satisfied in 55 % of cases. The introduction of 45- and 15-day notification periods mitigates but does not eliminate the risk of modifying terms outside the categories explicitly listed in the statute. The scientific novelty lies in a comprehensive assessment of judicial practice through the lens of the balance between contractual freedom and mandatory restrictions, as well as in identifying latent gaps in the new regulation. It is concluded that legislative provisions

should be supplemented with a requirement for economic justification of modifications and that the prohibition of retroactivity should be extended to all material terms of the contract.

Keywords: *marketplace, unilateral modification of contract, adhesion contract, abuse of right, judicial practice, platform economy, balance of interests, retroactivity.*

Введение

Стремительная экспансия цифровых посреднических платформ в российскую розничную торговлю, выразившаяся в достижении совокупного объема рынка в 9 трлн рублей по итогам 2024 года, сопровождается накоплением системных правовых конфликтов между операторами маркетплейсов и их партнерами-продавцами. Специфика договорных отношений в данной сфере определяется тем, что площадка одновременно выступает субъектом, определяющим правила взаимодействия, и стороной, извлекающей выгоду из их применения. Такая конфигурация порождает устойчивую асимметрию переговорных возможностей, при которой продавец лишен реального доступа к обсуждению условий сотрудничества и вынужден принимать оферту целиком либо отказываться от присутствия на рынке, где доминируют две крупнейшие платформы с совокупной долей около 80 %.

Проблема одностороннего изменения договора маркетплейсом не сводится к сугубо технической возможности корректировки тарифов или регламентов. Речь идет о более фундаментальном вопросе: сохраняет ли договор присоединения, каковым по своей природе является оферта маркетплейса, качество правовой связанности для сильной стороны, или же он превращается в инструмент перманентного перераспределения рисков в пользу платформы. Действующая редакция статьи 310 Гражданского кодекса Российской Федерации допускает одностороннее изменение обязательства, если это предусмотрено договором, однако подобное дозволение не отменяет действия общих пределов осуществления гражданских прав, закрепленных в статье 10 того же кодекса [7]. Судебная практика последних лет демонстрирует постепенный отход от формального признания за площадкой ничем не ограниченной дискреции в пользу содержательного контроля за добросовестностью реализуемых ею правомочий.

Предшествующие исследования внесли существенный вклад в понимание природы складывающихся отношений. Н. С. Зубарев выполнил детальный разбор оферт Ozon и Wildberries, указав на наличие в них широкого простора для злоупотреблений и небесспорных положений, требующих судебной оценки [1, с. 86-96]. В работе коллектива авторов под эгидой Института Гайдара систематизированы коммерческие практики маркетплейсов и предложена оценка регуляторного воздействия принятого в 2025 году профильного закона [4]. Исследование, опубликованное в Вестнике Кемеровского государственного университета, акцентирует внимание на расширении оснований договорной ответственности владельца агрегатора, поскольку платформа фактически принимает на себя обязательства по проверке фигуры продавца и реализуемой продукции [3, с. 231-240]. Вместе с тем остается недостаточно изученным вопрос о том, каким образом суды конструируют критерии допустимости односторонних изменений применительно к отдельным категориям условий, и в какой мере новые законодательные сроки уведомления способны скорректировать уже сложившиеся модели поведения платформ.

Цель настоящего исследования состоит в выявлении типизированных моделей одностороннего изменения договора маркетплейсом, получающих различную судебную оценку, и в определении достаточности введенных законодательных ограничений для защиты интересов продавцов. Достижение поставленной цели предполагает решение нескольких взаимосвязанных задач: во-первых, установление юридической природы права платформы на изменение оферты с учетом конструкции договора присоединения; во-вторых, количественный и качественный анализ судебных актов, в которых оспаривались такие изменения; в-третьих, сопоставление выявленных судебных подходов с содержанием Федерального закона от 31.07.2025 № 289-ФЗ [9] и определение сохраняющихся пробелов регулирования.

Материалы и методы

Эмпирическую основу исследования составили три группы источников. Первую группу образуют действовавшие в период с 2023 по 2025 год редакции оферт двух крупнейших российских маркетплейсов - Ozon и Wildberries, размещенные в открытом доступе в личных кабинетах продавцов и на официальных сайтах платформ. Анализу подвергались разделы, регламентирующие порядок изменения договора, основания и процедуру начисления штрафов, условия хранения и логистики, а также механизм расчета вознаграждения. Вторую группу составили 47 судебных актов, отобранных методом сплошной выборки из числа дел, рассмотренных Арбитражным судом Московской области, Арбитражным судом города Москвы и судами общей юрисдикции в 2023-2024 годах, в которых предметом спора выступали условия оферт, допускающие односторонние изменения. Критериями включения служили наличие в мотивировочной части ссылок на статьи 10, 310, 428 или 450 Гражданского кодекса Российской Федерации, а также прямая постановка вопроса о действительности либо применимости измененных платформой условий. Третью группу источников образовали статистические данные о динамике исков, предъявленных продавцами к маркетплейсам, за 2023-2024 годы, агрегированные на основании сведений, приводимых в аналитических обзорах и публикациях профессионального сообщества.

Методологический аппарат включает контент-анализ текстов оферт, позволивший выделить и классифицировать договорные конструкции, допускающие одностороннее изменение условий, по критерию объема дискреции, предоставляемой платформе. Применялся сравнительно-правовой метод для сопоставления судебных подходов к различным категориям изменяемых условий. Количественная обработка судебных актов осуществлялась посредством подсчета частоты встречаемости отдельных оснований оспаривания и исходов рассмотрения требований, что дало возможность установить статистически значимые закономерности. Дополнительно использовался метод юридического прогнозирования для оценки вероятного влияния вступивших в силу законодательных новелл на правоприменительную практику.

Результаты

Анализ текстов оферт показал, что обе платформы закрепляют за собой право вносить изменения в договор в одностороннем порядке, причем формулировки соответствующих пунктов отличаются значительной широтой. В оферте Wildberries соответствующее условие исторически формулировалось как право площадки изменять и дополнять договор, а также любые правила и иные документы, причем изменения могли вноситься в виде новой редакции текста оферты. Оферта Ozon в исследованных редакциях содержала аналогичную конструкцию, дополненную указанием на то, что продолжение использования платформы после вступления изменений в силу рассматривается как согласие продавца с новой редакцией. Подобная техника договорной работы воспроизводит классическую модель договора присоединения, предусмотренную статьей 428 Гражданского кодекса Российской Федерации, при которой присоединившаяся сторона лишена возможности влиять на содержание условий и вынуждена принимать их в предложенном виде [7].

Количественный анализ судебных актов выявил, что в 34 из 47 изученных дел, что составляет 72,3 %, предметом оспаривания выступали условия, применение которых приводило к ухудшению положения продавца по сравнению с редакцией оферты, действовавшей на момент совершения им соответствующих действий. Наиболее распространенной категорией споров стали требования о возврате сумм, удержанных в качестве штрафов за реализацию товаров, которые на момент поставки не были включены в перечень запрещенных, однако впоследствии попали в обновленный список, после чего платформа применила санкции ретроактивно. Вторую по распространенности группу образовали споры о взыскании излишне удержанных логистических сборов и платы за хранение, тарифы на которые были изменены в период нахождения товара на складе площадки. Требования продавцов были удовлетворены полностью или частично в 26 делах, что соответствует 55,3 % от общего числа рассмотренных споров. При этом в случаях, когда

платформе удавалось доказать, что изменение носило характер улучшения положения партнера либо было вызвано прямым требованием закона, суды отказывали в удовлетворении требований.

Статистические данные о динамике конфликтности демонстрируют устойчивый рост. Если в 2023 году к Wildberries было предъявлено 2 489 исков, то в 2024 году их число возросло до 4 615, что составило прирост в 85 %. Количество исков к Ozon за аналогичный период увеличилось с 360 до 636, или на 77 %. Уровень конфликтности, рассчитываемый как число исков на одну тысячу активных продавцов, для Wildberries вырос с 4,15 до 7,69. Приведенные показатели свидетельствуют не только о возрастающей правовой активности продавцов, но и о том, что практика односторонних изменений условий приобрела системный, а не эпизодический характер.

Отдельного внимания заслуживает выявленная в ходе анализа судебных актов дифференциация подходов в зависимости от категории изменяемого условия. Применительно к штрафам за реализацию запрещенных товаров суды последовательно исходят из недопустимости придания новым запретам обратной силы. В делах, связанных с изменением тарифов на хранение и логистику, судебная оценка смещается в плоскость проверки того, была ли обеспечена фактическая осведомленность продавца об изменениях и соответствовал ли период уведомления разумным ожиданиям контрагента. В тех ситуациях, когда платформа ограничивалась публикацией новой редакции оферты без индивидуализированного уведомления, суды констатировали нарушение баланса интересов и квалифицировали удержанные суммы как неосновательное обогащение. Напротив, при наличии доказательств заблаговременного доведения информации через личный кабинет и электронную почту, а также при условии, что запрет был сформулирован ясно и недвусмысленно, суды признавали правомерность примененных мер.

Обсуждение

Полученные результаты согласуются с выводами Н. С. Зубарева о том, что оферты крупнейших маркетплейсов содержат конструкции, создающие почву для злоупотреблений, и что судебная практика вынуждена компенсировать недостаточность законодательного регулирования посредством обращения к общим принципам добросовестности [1, с. 86-96]. Вместе с тем проведенный анализ позволяет уточнить характер этого компенсаторного механизма: суды не столько оспаривают само право платформы на изменение договора, сколько контролируют способ его реализации, оценивая ретроактивность, достаточность уведомления и соразмерность санкций. Такая позиция коррелирует с подходом, закрепленным в постановлении Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 14.03.2014 № 16, согласно которому сторона договора присоединения вправе ставить вопрос о несправедливости условий, существенно нарушающих баланс интересов [10].

Сопоставление с работой коллектива Института Гайдара обнаруживает, что выявленные судебные подходы в значительной степени предвосхитили законодательные решения, инкорпорированные в Федеральный закон от 31.07.2025 № 289-ФЗ [4; 9]. Установление дифференцированных сроков уведомления - не менее 45 дней для изменений, касающихся ответственности, вознаграждения и условий хранения или доставки, и не менее 15 дней для всех прочих изменений - отражает именно те критерии дифференциации, которые эмпирически сложились в практике рассмотрения споров. Вместе с тем новый закон, как показывают результаты настоящего исследования, оставляет без ответа ряд вопросов, сохраняющих конфликтогенный потенциал. Прежде всего, требование о заблаговременном уведомлении не сопровождается обязанностью платформы раскрывать экономическое обоснование изменения. Продавец, получивший уведомление за 45 дней, по-прежнему лишен возможности проверить, является ли повышение тарифа следствием объективного роста издержек или перераспределением прибыли в пользу площадки. Далее, закон не распространяет запрет ретроактивности за пределы прямо перечисленных категорий условий, оставляя пространство для изменения иных существенных параметров договора применительно к уже совершенным действиям. Анализ работ, посвященных правовой

природе отношений с участием агрегаторов и платформ, подтверждает, что конструкция агентирования, нередко используемая для объяснения статуса оператора, не снимает вопроса о пределах его усмотрения при корректировке договорных условий [6, с. 27-34].

Ограничения настоящего исследования определяются выборкой судебных актов, которая, будучи репрезентативной для периода 2023-2024 годов, не охватывает практику после вступления в силу закона № 289-ФЗ в полном объеме, поскольку правоприменительная интерпретация новых норм находится в стадии формирования. Кроме того, анализ ограничен двумя крупнейшими платформами, что не позволяет экстраполировать выводы на весь спектр цифровых посреднических сервисов, включая специализированные нишевые площадки. Дальнейшее исследование могло бы быть направлено на изучение того, каким образом суды будут применять критерии существенности изменения и как будет распределяться бремя доказывания добросовестности при оспаривании изменений, формально соответствующих срокам уведомления, но противоречащих экономической логике договора.

Заключение

Проведенное исследование позволяет констатировать, что одностороннее изменение условий договора маркетплейсом перестало быть сугубо договорной прерогативой и превратилось в объект судебного контроля, осуществляемого через призму статей 10 и 428 Гражданского кодекса Российской Федерации [7]. Судебная практика выработала устойчивые критерии недопустимости ретроактивного ухудшения положения продавца и недостаточности формального уведомления без обеспечения реальной осведомленности контрагента. Законодательные новеллы 2025 года кодифицировали часть этих критериев, однако не устранили полностью возможность злоупотреблений при изменении условий, не подпадающих под прямо перечисленные категории [9]. Научная новизна исследования состоит в комплексной оценке массива судебных актов через призму баланса между договорной свободой и императивными ограничениями, а также в выявлении латентных пробелов нового регулирования. Перспективным направлением дальнейших изысканий представляется разработка предложений о дополнении статьи 12 Федерального закона № 289-ФЗ требованием об экономическом обосновании односторонних изменений и о распространении запрета обратной силы на все существенные условия договора с маркетплейсом.

Литература

1. 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.
2. Хорошунов А. А. Дисбаланс правоотношений на российских маркетплейсах // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. - 2024. - Т. 21, № 6. - С. 233-242. DOI: 10.21686/2413-2829-2024-6-233-242.
3. Абросимова Е. А. К вопросу о договорной ответственности маркетплейсов // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Гуманитарные и общественные науки. - 2024. - Т. 8, № 2. - С. 231-240. DOI: 10.21603/2542-1840-2024-8-2-231-240.
4. Коммерческие практики на маркетплейсах: проблемы и способы решений в России и мире / Центр доказательной экспертизы Института Гайдара. - Москва : Институт Гайдара, 2025. - 87 с.
5. Сергеева О. В. Защита слабой стороны в условиях цифровизации договорных отношений // Журнал российского права. - 2024. - Т. 28, № 6. - С. 37-52. DOI: 10.61205/S160565900028907-1.
6. Рожкова М., Кузнецова Л. Об ответственности агрегаторов в контексте понимания их деятельности как агентирования // Хозяйство и право. - 2019. - № 1. - С. 27-34.
7. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 2025 г.) // Собрание законодательства РФ. - 1994. - № 32. - Ст. 3301.

8. О защите конкуренции : Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ (ред. от 2025 г.) // Собрание законодательства РФ. - 2006. - № 31 (ч. I). - Ст. 3434.

9. Об отдельных вопросах регулирования платформенной экономики в Российской Федерации : Федеральный закон от 31.07.2025 № 289-ФЗ // Официальный интернет-портал правовой информации. - URL: <http://pravo.gov.ru> (дата обращения: 15.01.2026).

10. Постановление Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 14.03.2014 № 16 «О свободе договора и ее пределах» // Вестник Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации. - 2014. - № 5.

11. Селлеры против маркетплейсов: юридические инструменты борьбы с несправедливым ценообразованием // Закон.ру. - 2025. - 13 мая. - URL: <https://zakon.ru> (дата обращения: 10.12.2025).

12. Как суды разбирают односторонние изменения договора маркетплейсом. Обзор решений с комментариями юриста // Oborot.ru. - 2025. - 18 декабря. - URL: <https://oborot.ru> (дата обращения: 20.12.2025).