

ПРОБЛЕМЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ К АДМИНИСТРАТИВНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ЗА НЕДОБРОСОВЕСТНУЮ КОНКУРЕНЦИЮ НА МАРКЕТПЛЕЙСАХ (АГРЕГАТОРАХ)

Аннотация. В настоящей статье исследуются проблемы привлечения к административной ответственности за недобросовестную конкуренцию, совершаемую на маркетплейсах. Анализируются особенности квалификации деяний по статье 14.33 КоАП РФ, разграничение её частей, а также роль маркетплейса как информационного посредника. Рассматриваются правовые позиции Верховного Суда РФ, практика антимонопольных органов и доктринальные подходы к определению ответственности владельцев агрегаторов. Выявляются основные трудности доказывания и разграничения составов правонарушений. Формулируются предложения по совершенствованию правоприменения.

Ключевые слова: маркетплейс, недобросовестная конкуренция, административная ответственность, КоАП РФ, информационный посредник, результаты интеллектуальной деятельности.

RYBALKINA Vilena Sadriddinovna,

Student of the Crimean branch of Federating State Educational Institution of Higher Education «Russian State University of Justice named after V.M. Lebedev» Simferopol, Russia

PROBLEMS OF BRINGING TO ADMINISTRATIVE LIABILITY FOR UNFAIR COMPETITION ON MARKETPLACES (AGGREGATORS)

Annotation. This article examines the problems of bringing to administrative liability for unfair competition committed on marketplaces. The features of qualification of acts under Article 14.33 of the Code of Administrative Offenses of the Russian Federation, the distinction between its parts, as well as the role of the marketplace as an information intermediary are analyzed. The legal positions of the Supreme Court of the Russian Federation, the practice of antimonopoly authorities and doctrinal approaches to determining the liability of aggregator owners are considered. The main difficulties of proof and differentiation of offense elements are identified. Proposals for improving law enforcement are formulated.

Key words: marketplace, unfair competition, administrative liability, Code of Administrative Offenses of the Russian Federation, information intermediary, results of intellectual activity.

Активное развитие электронной торговли через маркетплейсы приводит к росту случаев недобросовестной конкуренции, когда продавцы незаконно используют чужие результаты интеллектуальной деятельности (товарные знаки, коммерческие обозначения, патенты) или вводят потребителей в заблуждение. Привлечение к административной ответственности по статье 14.33 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях [1] сталкивается с рядом проблем, связанных с неопределённостью правового статуса маркетплейса, разграничением составов правонарушений и доказыванием вины всех участников оборота. Цель настоящей статьи – выявить основные правовые проблемы и

предложить пути их решения.

Первый блок проблем касается квалификации действий самого маркетплейса и продавца. В соответствии со статьёй 14.33 КоАП РФ, часть 1 предусматривает общий состав недобросовестной конкуренции, а часть 2 – специальный состав, связанный с введением в оборот товара с незаконным использованием результатов интеллектуальной деятельности (РИД) и средств индивидуализации. Как разъяснил Верховный Суд РФ, «действиями, подлежащими квалификации по части 1 статьи 14.33 КоАП РФ, могут быть розничная торговля товарами с использованием чужого товарного знака на фасаде здания магазина, использование в сети «Интернет» чужого товарного знака при

оказании услуг...» [2]. Иными словами, если правонарушение не связано непосредственно с введением контрафактного товара в оборот (например, использование чужого бренда на вывеске или в рекламе услуг), применяется часть 1. Я полагаю, что на практике это разграничение вызывает трудности, поскольку владельцы маркетплейсов зачастую не вводят товар в оборот сами, а лишь предоставляют площадку, однако получают выгоду от транзакций. Квалификация их действий как пособничества либо как самостоятельного правонарушения зависит от степени контроля за реализацией товара.

Важную роль в понимании ответственности маркетплейсов играет их правовой статус. В.В. Гуцин, анализируя гражданско-правовые аспекты, отмечает, что «маркетплейсы освобождаются от гражданско-правовой ответственности при условии, что: владелец маркетплейса не знал и не должен был знать, что использование соответствующих РИД или средства индивидуализации является неправомерным; маркетплейс своевременно принял необходимые и достаточные меры для прекращения нарушения» [3]. В сфере публично-правовой (административной) ответственности такие условия также учитываются антимонопольным органом при решении вопроса о привлечении к ответственности самого агрегатора. Однако я считаю, что перенос гражданско-правового института «информационного посредника» (ст. 1253.1 ГК РФ) в административно-деликтную сферу не всегда оправдан, поскольку КоАП РФ не содержит аналогичных механизмов освобождения от ответственности для маркетплейсов, добросовестно удаливших контрафакт по заявлению правообладателя.

Правоприменительная практика антимонопольных органов демонстрирует распространённость нарушений, связанных именно с использованием чужих РИД при продажах на маркетплейсах. Как указано в докладе Чувашского УФАС России, «самыми распространёнными примерами незаконного использования результатов интеллектуальной деятельности являются продажи с использованием чужого патента на изобретение, полезную модель, фирменного наименования; товарного знака, коммерческого обозначения» [4]. Типичная ситуация: продавец на Wildberries или Ozon указывает в карточке товара обозначение, сходное до степени смешения с известным брендом, что вводит покупателей в заблуждение. Антимонопольный орган возбуждает дело по признакам ч. 2 ст. 14.33 КоАП РФ. Проблема, однако, заключается в том, что для привлечения к ответственности необходимо установить, что товар был именно введён в оборот (т.е. продан хотя бы одному потребителю), а не просто

размещён на витрине. Это создаёт «лазейку» для недобросовестных продавцов, которые успевают удалить предложение до первой продажи.

Особого внимания заслуживают обязанности владельца агрегатора информации о товарах (маркетплейса) в рамках Закона о защите прав потребителей. И.В. Фадеева обращает внимание, что «владелец агрегатора обязан посредством размещения на своем сайте... предоставить максимально детализированную информацию о себе, продавце... За неисполнение данной обязанности владелец агрегатора несет ответственность за убытки...» [5]. Более того, владелец агрегатора может быть привлечён к административной ответственности по ч. 1 ст. 14.8 КоАП РФ (штраф до 10 000 рублей на юридическое лицо). Однако, как справедливо отмечает автор, эти санкции несоизмеримо ниже штрафов по ст. 14.33 КоАП РФ (для юрлиц – от 100 до 500 тыс. рублей по ч. 1, а по ч. 2 – от одной сотой до пятнадцати сотых размера выручки). Я полагаю, что такая разница создаёт стимул для маркетплейсов минимизировать контроль за достоверностью информации, поскольку риск «потребительского» штрафа незначителен по сравнению с потенциальным оборотным штрафом за недобросовестную конкуренцию, который на практике применяется редко.

Подводя итог, можно выделить следующие проблемы привлечения к административной ответственности за недобросовестную конкуренцию на маркетплейсах. Во-первых, отсутствие в КоАП РФ специального состава для информационных посредников (маркетплейсов), не вводящих товар в оборот, но извлекающих выгоду из нарушений. Во-вторых, сложность разграничения частей 1 и 2 статьи 14.33 применительно к действиям владельца агрегатора, который может использовать чужой товарный знак в оформлении сайта. В-третьих, недостаточная эффективность мер административного принуждения из-за низких фиксированных штрафов за информационные нарушения (ст. 14.8 КоАП РФ) и сложности расчёта оборотного штрафа по ч. 2 ст. 14.33 КоАП РФ (необходимость выделять выручку именно от контрафактной партии). Для решения этих проблем я предлагаю дополнить главу 14 КоАП РФ новой статьёй, устанавливающей ответственность владельцев маркетплейсов за непринятие мер по пресечению недобросовестной конкуренции после получения уведомления от антимонопольного органа или правообладателя, с санкцией в виде штрафа от 200 до 500 тыс. рублей. Это позволит стимулировать площадки к активному мониторингу и удалению контрафакта, сохраняя баланс интересов всех участников рынка.

Список литературы:

- [1] Кодекс Российской Федерации об

административных правонарушениях: федер. закон от 30.12.2001 № 195-ФЗ (ред. от 25.05.2026). – Собрание законодательства Российской Федерации, 2002, № 1 (ч. 1), ст. 1.

[2] Обзор судебной практики, связанной с привлечением к административной ответственности за нарушения антимонопольного законодательства: утв. Президиумом Верхов. Суда Рос. Федерации 25.04.2025. – URL: <https://www.vsrfr.ru/documents/all/34364/> (дата обращения: 05.06.2026).

[3] Гущин В.В. Ответственность за нарушение интеллектуальных прав на маркетплейсах // Образование и право. 2024. № 9. С. 169-173.

[4] Доклад Чувашского УФАС России «Незаконное использование результатов интеллектуальной деятельности при реализации товаров на маркетплейсах как одна из форм недобросовестной конкуренции» от 04.05.2023. URL: <http://chuvashia.new.fas.gov.ru/documents/b-n-dea6ce01-697a-4d1e-a33a-4310fa026de4> (дата обращения: 05.06.2026).

[5] Фадеева И.В. Недобросовестные маркетплейсы и товарные агрегаторы как субъекты административной ответственности // Вестник Московского университета МВД России. 2020. № 4. С. 222-225.

References:

[1] Code of Administrative Offences of the Russian Federation: feder. Law of 30.12.2001 No. 195-FZ (as amended by 25.05.2026). - Collection of Legislation of the Russian Federation, 2002, No. 1 (part 1), Art. 1.

[2] Review of judicial practice related to administrative liability for violations of antitrust laws: approved by Presidium of the Upper. Suda Ros. Federation 25.04.2025. - URL: <https://www.vsrfr.ru/documents/all/34364/> (access date: 05.06.2026).

[3] Gushchin V.V. Responsibility for violation of intellectual rights on marketplaces // Education and law. 2024. № 9. S. 169-173.

[4] Report of the Chuvash OFAS of Russia “Illegal use of the results of intellectual activity when selling goods on marketplaces as one of the forms of unfair competition” from 04.05.2023. URL: <http://chuvashia.new.fas.gov.ru/documents/b-n-dea6ce01-697a-4d1e-a33a-4310fa026de4> (date of appeal: 05.06.2026).

[5] I.V. Fadeeva. Unscrupulous marketplaces and commodity aggregators as subjects of administrative responsibility // Bulletin of the Moscow University of the Ministry of Internal Affairs of Russia. 2020. № 4. S. 222-225.



ЮРКОМПАНИ

www.law-books.ru

Юридическое издательство
«ЮРКОМПАНИ»

Издание учебников,
учебных и методических
пособий, монографий,
научных статей.

Профессионально.

В максимально
короткие сроки.

Размещаем
в РИНЦ, E-Library.