

## О ПРОБЛЕМАХ ГРАЖДАНСКО-ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ СОВМЕСТНЫХ ПОКУПОК

Е.В. Яковенко, канд. юрид. наук

Б.Р. Семенюк, студент

Д.Е. Королюк, студент

Е.Е. Игнатъева, студент

Дальневосточный юридический институт (филиал) Университета прокуратуры Российской Федерации  
(Россия, г. Владивосток)

DOI:10.24412/2500-1000-2025-1-4-217-220

**Аннотация.** В рамках проведённого исследования рассмотрена правовая природа отношений, возникающих в связи с приобретением товаров с использованием совместных закупок. Проанализированы различные подходы к определению сущности данных отношений, представленные в юридической науке и практике. Предпринята попытка определить статус организатора совместных покупок как участника данных отношений. Обозначены основные проблемы правового регулирования совместных покупок, в заключение исследования предложены направления совершенствования подходов к законодательной регламентации рассматриваемых отношений.

**Ключевые слова:** совместные покупки, купля-продажа, продажа товара дистанционным способом, розничная купля-продажа.

Совершение покупок через Интернет с каждым днем приобретает всё большую и большую популярность. Обращаясь к статистике, приобретение товаров именно таким способом привлекает потребителя удобством доставки и получения, легкостью в нахождении товара, а также заманчивыми предложениями и ценами. Чаще всего, говоря о покупках в Интернете мы имеем в виду торговые площадки, будь то «OZON» или «Wildberries», но до недавнего времени большей популярностью обладали совместные закупки. Сейчас они отошли на второй план, однако проблемы с правовым регулированием никуда не пропали. Им и будет посвящена данная статья.

Совместные закупки по своей сути являются организованной формой приобретения товаров, при которой в качестве конечных покупателей выступает множество лиц, объединившихся с целью покупки данных товаров по сниженной (оптовой) цене. При этом в качестве дополнительного участника отношений по купле-продаже товаров в данной ситуации выступает организатор совместной закупки – лицо, которое принимает заказы на приобретение товаров, набирает определенное их количество и в дальнейшем выступает своеобразным посредником между продавцом

и конечными покупателями, принимая на себя функции заказа, получения, оплаты товара продавцу и его доставки покупателям. Данный механизм, на наш взгляд, с теоретической точки зрения бывает достаточно выгоден. Производство покупок таким способом позволяет значительно снизить затраты за счет розничной покупки товаров по оптовым ценам.

В процессе реализации совместных закупок достаточно часто возникают спорные вопросы, связанные с надлежащим исполнением всеми участниками отношений своих обязанностей. Так, самыми распространенными проблемами на практике являются: не перечисление денежных средств за товар покупателем организатору совместной закупки в установленные сроки; получение покупателем товара ненадлежащего качества, отказ организатора от замены (возврата денег) за товар ненадлежащего качества или товар, не подошедший потребителю по размеру, цвету, фасону и иным характеристикам. Соответственно в подобных ситуациях возникает необходимость обращаться к правилам, установленным законом.

Действующее законодательство не выделяет приобретение товаров в форме совместных закупок в качестве отдельного вида договора,

поэтому регулирование таких отношений может осуществляться только с помощью уже известных договорных конструкций. В зависимости от квалификации отношений будет решаться и вопрос о правах, обязанностях и ответственности всех их участников. Однако такая квалификация требует глубокого анализа правовой природы отношений участников совместных закупок. В юридической литературе и практике устоялось два основных подхода к определению сущности данных правоотношений [6].

Первый подход предлагает квалифицировать отношения участников совместных закупок как цепочку договоров купли-продажи: организатор совместной закупки заключает с поставщиком договор поставки и затем перепродает приобретенную под заказ продукцию конечным покупателям по договорам розничной купли-продажи. Конечные покупатели при такой схеме пользуются всеми правами покупателя, предусмотренными законом для договоров розничной купли-продажи. Организатор закупки в данном случае выступает как продавец в отношениях розничной купли-продажи, и, соответственно, должен нести ответственность за недостатки товара, при ряде условий на него будут распространяться также положения законодательства о защите прав потребителей.

Второй подход при квалификации отношений, складывающихся между организаторами совместной закупки и покупателями, предлагает использовать конструкцию агентского договора. В такой ситуации группа физических лиц поручает другому лицу (организатору) заключить договор поставки с оптовым продавцом от его имени, но в пользу, в интересах и за счет покупателей.

При таком подходе организатор не может отвечать перед покупателями за недостатки приобретенного товара, нарушение условий об ассортименте, комплектности и т.п., поскольку отношения агентирования такой ответственности не предполагают. Ответственность организатора в этом случае будет ограничена правилами ст. 993 ГК РФ.

Следует согласиться, что отношения по совместной покупке всегда складываются из двух составляющих. Это отношения организатора и поставщика товаров, а также отношения организатора и участника закупки. По-

ставщик и участник никогда не вступают в какие-либо отношения между собой [4]. И если отношения между поставщиком товаров и организатором совместной закупки безусловно по своей правовой природе являются отношениями купли-продажи (поставки), то вторая составляющая как раз и является дискуссионным вопросом в науке и практике.

Следует отметить, что и в научной литературе, и в официальных документах в большей степени признается и реализуется первый из изложенных подходов – т.е. отношения между организатором совместной закупки и покупателями предлагается считать отношениями розничной купли-продажи [3; 4; 6]. Так, например, согласно действующему Письму ФНС от 07.06.2013 № АС-3-2/2057@ «О совместных покупках» совместными закупками является соглашение, по которому физическим лицом – организатором производится закупка партии товара по оптовой цене у одного оптового продавца с последующей реализацией данного товара нескольким конечным покупателям, которые дали предварительное согласие на покупку такого товара у организатора, с определенной наценкой к оптовой цене товара, которую устанавливает организатор [3].

В то же время в практике работы отдельных торговых площадок, на базе которых организуются совместные закупки, зачастую закрепляется, что организаторы по отношению к участникам закупки действуют именно в рамках положений об агентировании.

Исходя из правовой природы рассматриваемых отношений, целей и функций всех их участников, считаем необходимым согласиться с указанными выше авторами, что квалификация отношений, складывающихся между организатором и участниками совместной закупки (покупателями), как розничной купли-продажи, наиболее предпочтительна и позволяет внести максимальную определенность в правовой статус их участников. Однако даже в этом случае данные отношения имеют существенную специфику, поскольку осложняются рядом признаков:

– данные отношения реализуются с использованием дистанционных технологий; товары приобретаются по описаниям, фотографиям или иным изображениям, соответственно в их правовом регулировании необ-

ходимо учитывать правила дистанционной продажи товаров (ст. 26.1 Закона РФ «О защите прав потребителей» [2], п.п. 12-27 Правил продажи товаров по договору розничной купли-продажи);

– во многих случаях совместные закупки организуются на базе электронных торговых площадок, выполняющих функции агрегаторов информации, и, соответственно, в отношениях между организатором совместной закупки и участниками (покупателями) возникают дополнительные лица, которые могут принимать участие в оплате товаров, их доставке, выдаче и хранении и т.п. В таких ситуациях дополнительно могут возникать проблемы, связанные с работой маркетплейсов [5; 7].

Все перечисленное лишь в очередной раз показывает необходимость самостоятельного правового регулирования отношений в сфере совместных закупок. Как отмечалось в литературе, решением проблем правового регулирования указанных отношений мог бы стать специальный закон, посвященный совместным покупкам [4].

Проблемным моментом в правовом регулировании отношений в сфере совместных закупок является не только их юридическая природа, но также и статус организатора (это должен быть только предприниматель, либо регистрация в качестве индивидуального предпринимателя в данном случае не является обязательной).

В научной литературе отмечалось, что деятельность организатора совместных закупок по своей сути является предпринимательской, поскольку направлена на систематическое извлечение прибыли.

Так, для рассмотрения того, как функционирует организатор, можно обратиться к действующему на территории Приморского края сайту – 100SP. Из правил совместных закупок, размещенных на данном сайте, видно, что организатор занимается выбором ассортимента, поиском поставщиков, сбором заказов, сбором оплаты от участников покупки (покупателей), получением товара, передачей

его покупателям. Для оплаты услуг организатора на цену товара начисляется организаторский процент или сбор, обычно составляющий порядка 10-15% от закупочной цены товара. Часть от этого сбора организатор оплачивает агрегатору в лице владельца сайта, часть может потратить на оплату доставки, остальной доход поступает ему как оплата его услуг. Фактически, мы видим предпринимательскую деятельность: систематическое извлечение прибыли; осуществляется самостоятельно на свой риск.

На практике многие организаторы осуществляют свою деятельность без регистрации себя в налоговом органе в качестве индивидуального предпринимателя или самозанятого. У крупных агрегаторов, таких как 100SP, регистрация в качестве организатора производится с обязательным указанием формы юридического лица, ИНН и прочих важных правовых аспектов. Но вместе с тем, в сети Интернет, социальных сетях и мессенджерах есть группы совместных закупок, организаторы которых не регистрируют себя в налоговых органах, что ведет к непредставлению надлежащей информации о доходах и обходу налогового законодательства. В таком случае деяние должно квалифицироваться как осуществление незаконной предпринимательской деятельности, что влечёт административную ответственность по ч. 1 ст. 14.1 КоАП [1].

Представляется, что данный момент также требует правовой регламентации с указанием, что деятельность организаторов совместных закупок признается предпринимательской деятельностью и должна иметь соответствующее официальное подтверждение.

Подводя итог нашим исследованиям, мы можем говорить о том, что отношения в сфере совместных закупок требуют детальной законодательной регламентации в целях исключения рассмотренной выше правовой неопределенности. Внося новое и пересматривая старое, законодатель сможет урегулировать всё больший и больший круг общественных отношений.

#### **Библиографический список**

1. Кодекс об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ // СПС «Консультант Плюс».
2. Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 № 2300-1 // СПС «Консультант Плюс».

3. Письмо ФНС России «О совместных покупках» от 07.06.2013 № АС-3-2/2057@ // СПС «Консультант Плюс»

4. Костина Светлана Евгеньевна Правовая природа совместных покупок // Вестник СГЮА. – 2015. – №4 (105).

5. Кострова К.И. К вопросу о правовом регулировании продажи товаров на электронных торговых площадках (маркетплейсах) / К.И. Кострова, М.Р. Черных, Е.В. Яковенко // Актуальные вопросы устойчивого развития государства, общества и экономики: сборник научных статей 3-й Всероссийской научно-практической конференции, Курск, 01 ноября 2024 года. – Курск: Закрытое акционерное общество «Университетская книга», 2024. – С. 345-349.

6. Пьянкова А. Совместные закупки и закон. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://pravovsem59.ru/pravovoe-prosveshchenie/mnenie/sovместnye-zakupki-i-zakon\\_4811531385798/?ysclid=m2x0kyqp7k43338647](https://pravovsem59.ru/pravovoe-prosveshchenie/mnenie/sovместnye-zakupki-i-zakon_4811531385798/?ysclid=m2x0kyqp7k43338647).

7. Яковенко Е.В. Проблемы правового регулирования купли-продажи товаров на электронных торговых площадках (маркетплейсах) // Стратегии устойчивого развития: социальные, экономические и юридические аспекты: Материалы IV Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Чебоксары, 26 июня 2024 года. – Чебоксары: Общество с ограниченной ответственностью «Издательский дом «Среда», 2024. – С. 356-359.

## ABOUT THE PROBLEMS OF CIVIL LAW REGULATION OF JOINT PURCHASES

**E.V. Yakovenko**, *Candidate of Legal Sciences*

**B.R. Semenyuk**, *Student*

**D.E. Korolyuk**, *Student*

**E.E. Ignatieva**, *Student*

**Far Eastern Law Institute (branch) University of the Prosecutor's Office of the Russian Federation**  
**(Russia, Vladivostok)**

**Abstract.** *Within the framework of the conducted research, the legal nature of the relations arising in connection with the purchase of goods using joint purchases is considered. The various approaches to the definition of the essence of these relations, presented in legal science and practice, are analyzed. An attempt has been made to determine the status of the organizer of joint purchases as a participant in these relations. The main problems of the legal regulation of joint purchases are outlined, and in conclusion, the study suggests ways to improve approaches to the legislative regulation of the relations under consideration.*

**Keywords:** *joint purchases, purchase and sale, sale of goods remotely, retail purchase and sale.*