

# МЕДИАЦИЯТА В ОНЛАЙН ТЪРГОВИЯТА

*Проф. д-р Таня Йосифова<sup>1</sup>*

*Университет за национално и световно стопанство*

## MEDIATION IN ON-LINE COMMERCE

*Prof. Tanya Yosifova, PhD*

*University of National and World Economy*

**Резюме:** В доклада се анализира приложението на медиацията в онлайн търговията и нейната правна рамка. Разгледани са предимствата и недостатъците на използването на онлайн платформите, както и органите, които имат отношение към онлайн медиацията на национално и на европейско ниво. Специално внимание е отделено на медиацията в отношенията „платформа – към – бизнес“, както и на изпълнителната сила на споразумението, постигнато в производството по медиация..

**Ключови думи:** *медиация, онлайн търговия, платформи, споразумение*

**Abstract:** In the paper the application of mediation in on-line commerce and its legal framework are analyzed. The advantages and disadvantages of online platforms for mediation are tackled as well as the organs which are related to on-line mediation at national and EU level. Special attention is drawn to mediation in Platform2Business and the obligatory force of the agreement reached in the process of mediation.

**Key words:** *mediation, on-line commerce, platforms, agreement*

**DOI:** <https://doi.org/10.36997/MDPS2022.1>

### 1. Въведение

Медиацията е един от способите за извънсъдебно решаване на спорове. Като процедура тя е подчинена на строги правила. Определението за медиация се съдържа в чл. 3, б. а) от Директива 2008/52/ЕО – „медиация“ означава „структурирана процедура, независимо от нейното наименование или начина на позоваване, при която две

---

<sup>1</sup> Професор по гражданско и семейно право в ЮФ на УНСС.

*или повече спорещи страни се опитват сами, на доброволни начала, да постигнат споразумение за разрешаване на спора между тях с помощта на медиатор. Тази процедура може да бъде започната от страните, предложена или разпоредена от съд, или предвидена от законодателството на държава членка“.* Регламент (ЕС) 2019/1150 на Европейския парламент и на Съвета от 20 юни 2019 година за насърчаване на справедливост и прозрачност за бизнес ползвателите на посреднически онлайн услуги също препраща към Директива 2008/52 относно дефиницията на медиация. В чл. 2 от българския Закон за медиацията<sup>2</sup> тя е дефинирана като *доброволна и поверителна процедура за извънсъдебно разрешаване на спорове, при която трето лице – медиатор, подпомага спорещите страни да постигнат споразумение.*

## **2. Правна рамка**

Правната рамка на медиацията в онлайн търговията включва редица актове на ниво ЕС и българско законодателство. От актовете на ЕС трябва да посочим следните:

- Директива 52/2008 за търговската медиация – прилага се при презгранични спорове по гражданскоправни и търговскоправни въпроси, с изключение на въпроси, свързани с права и задължения, с които страните не могат свободно да се разпореждат според съответното приложимо право;

- Регламент (ЕС) №524/2013 на Европейския парламент и на Съвета от 21 май 2013 година относно онлайн решаване на потребителски спорове и за изменение на Регламент (ЕО) №2006/2004 и Директива 2009/22/ЕО (Регламент за ОРС за потребители);

- Директива 2013/11/ЕС на Европейския парламент и на Съвета от 21 май 2013 година за алтернативно решаване на потребителски спорове и за изменение на Регламент (ЕО) №2006/2004 и Директива 2009/22/ЕО (Директива за АРС за потребители);

- Регламент (ЕС) 2019/1150 на Европейския парламент и на Съвета от 20 юни 2019 година за насърчаване на справедливост и прозрачност за бизнес ползвателите на посреднически онлайн услуги, който се отнася за онлайн платформите и онлайн търсачките.

---

<sup>2</sup> Обн. ДВ, бр. 110 от 17.12.2004 г., посл. изм. и доп.

Националното законодателство в областта на медиацията в онлайн търговията включва Закона за медиацията, Закона за защита на потребителите, Закона за електронната търговия, Търговския закон и други.

### 3. Предимства на медиацията

Предимствата на медиацията в сравнение с другите способи за извънсъдебно решаване на спорове са следните. При медиацията страните в спора имат шанса да запазят своите отношения поради конфиденциалния характер на процедурата (за разлика от държавния съд и съдебните заседания, които по правило са публични)<sup>3</sup>. Това предимство е особено важно в търговските отношения. Процедурата по медиация е свързана и със значително по-малки разходи в сравнение с държавния съд. Медиацията може да се развива успоредно с други форми на решаване на споровете, без да е необходимо да се спира производството (например едновременно със съдебна или арбитражна процедура). Медиацията помага на страните да си изяснят фактите, да ги обсъдят, като се използват техниките BATNA и WATNA и да се опитат да постигнат споразумение<sup>4</sup>.

Медиацията в онлайн търговията е приложима по търговски спорове между търговци, спорове между платформи и бизнес ползватели и потребителски спорове. Последното е особено важно да се подчертае, защото с измененията в чл. 19 от ГПК от 2017 г.<sup>5</sup> беше премахната възможността за отнасяне на потребителските спорове пред арбитражна институция, поради което използването на предимствата на медиацията в потребителските спорове придобива особена важност.

Медиацията в онлайн търговията може да се провежда както онлайн, така и офлайн (във физическо присъствие на страните и медиатора). Независимо по какъв начин се провежда, необходимо е да се спазват всички принципи и техники на медиацията – доброволност, неутралност, безпристрастност и поверителност.

---

<sup>3</sup> Вж. Николова, Е. и др. Медиация – наръчник как да сърфираме в медиацията. София: ПАМБ, с. 146.

<sup>4</sup> Вж. Николова, Е. и др. Медиация – наръчник как да сърфираме в медиацията. София: ПАМБ, с. 147.

<sup>5</sup> ДВ, бр. 8 от 2017 г.

#### **4. Онлайн медиация**

В случаите на онлайн медиация тя се извършва дистанционно, с използване на електронни средства, като се използва предварително интегрирана платформа за решаване на спорове, при което страните се индивидуализират и идентифицират при започването на процедурата, което обикновено започва с подаването на жалба/искане и регистрирането му от жалбоподателя в платформата.

Онлайн медиацията има както предимства, така и недостатъци. Предимствата ѝ са следните. Тя позволява сравнително бързо да се стартира процедурата и да се развива ускорено поради техническите средства, които се използват, възможността по-гъвкаво да се реагира при насрочване на заседания, представяне на доказателства, спестява време на страните и на медиаторите.

Недостатъците на онлайн медиацията чрез платформа произтичат от липсата на директен контакт между участващите в процедурата, при което е по-трудно да се възприеме поведението на другата страна, не може да се следи езикът на тялото, да се следят емоциите, по-лесно може да се прекъсне медиацията и в някои случаи тези недостатъци биха повлияли негативно на възможността да се постигне споразумение между страните.

Първият проект в България за онлайн трансгранична медиация (EuroNet Mediation) е реализиран от Професионалната асоциация на медиаторите в България (ПАМБ) през 2012 г.<sup>6</sup> На 1 и 2 ноември 2012 г. е организирана международна конференция, на която присъстват и взимат участие представители на Европейския парламент, на Съвета на Европа, на Върховния касационен съд и др.

#### **5. Органи, които имат отношение към медиацията в онлайн търговията**

##### **а) Европейската онлайн платформа за решаване на спорове**

Европейската комисия оперира платформа за онлайн решаване на спорове (ОРС). Целта на използването на тази платформа е да се осигури по-безопасно и по-справедливо онлайн пазаруване. В сайта на платформата изрично е указано, че всички онлайн търговци на

---

<sup>6</sup> Вж. <https://www.pamb.info/news/122-pamb-zavarshi-proekt-evropeiska-mrezha-na-mediatori-za-razreshavane-na-transgranichni-sporove>.

дребно и търговците в ЕС, Исландия, Лихтенщайн или Норвегия са задължени да предоставят леснодостъпна препратка към платформата за ОРС и електронен адрес (линк), на който платформата за ОРС може да се свърже с тях (чл. 14 от Регламент (ЕС) №524/2013)<sup>7</sup>. Тази връзка трябва да е видима и леснодостъпна на уебсайта на търговеца. Интересна особеност на платформата е, че жалба може да подаде както от потребител срещу търговец, така и обратното от търговец срещу потребител.

б) **Европейските потребителски центрове** също функционират успешно, като предоставят правни съвети на потребителите при проблеми с организирани пътувания, покупка на стоки, автомобили под наем, интернет измами и други. Те също съветват потребителите да се опитат да постигнат споразумение с търговеца.

в) Към Комисията за защита на потребителите функционират **помирителни комисии** по Закона за защита на потребителите, които предлагат решения, но те не са задължителни. Помирителните комисии по ЗЗП са създадени към регионалните дирекции на Комисията за защита на потребителите. Помирителните комисии имат за цел да подпомагат за разрешаване на спорове между потребители и търговци във връзка с гаранционната отговорност, правото на рекламации на стоки или услуги и неравноправни клаузи в договорите, търговски практики и договори, сключвани от потребителите. Помирителните комисии подпомагат доброволното уреждане на спорове между потребители и търговци чрез сключване на споразумение между страните по спора. Помирителните комисии биват общи и секторни. Общите помирителни комисии са определени на регионален признак, така че потребителите от страната да имат лесен достъп до тях. Секторните помирителни комисии са в областта на електрическата енергия, природния газ, водоснабдителните и канализационните услуги и др.<sup>8</sup> Освен тях функционира и Помирителна комисия за платежни спорове, създадена със Закона за платежните услуги и платежните системи. Тя разглежда жалби на потребители, касаещи парични преводи от банки или други лица, които като част от своята търговска дейност извършват транзакции, както и спорове относно издаването

<sup>7</sup> [ec.europa.eu/consumers/odr](http://ec.europa.eu/consumers/odr).

<sup>8</sup> Пълен списък на секторните помирителни комисии вж. на сайта на Комисията за защита на потребителите (<https://kzp.bg/koi-sa-vidovete-pomiritelni-komisii>).

и използването на електронни платежни инструменти (банкови карти) между банките и другите издатели на такива инструменти.

## **6. Особености на медиацията в отношенията „платформа – към – бизнес“**

В отношенията „платформи към бизнес ползватели“ чл. 12 от Регламент (ЕС) 2019/1150 на Европейския парламент и на Съвета от 20 юни 2019 година задължително изисква в общите условия на платформите да се включат имената на поне двама медиатори, а в §2 на чл. 12 са посочени изискванията, на които трябва да отговарят медиаторите. Тези изисквания не се прилагат по отношение на доставчиците на посреднически онлайн услуги, които са малки предприятия по смисъла на приложението към Препоръка 2003/361/ЕО, т.е. предприятие с по-малко от 50 служители и с годишен оборот или баланс, не по-голям от 10 милиона евро.

От онлайн платформите (наречени „доставчици на посреднически онлайн услуги“) се изисква да участват добросъвестно по време на всички предприети опити за медиация, като поемат разумен дял от общите разходи за медиация във всеки отделен случай. Съгласно §4 на чл. 12 от Регламента този разумен дял се определя въз основа на предложение на медиатора, който взема под внимание всички важни аспекти на конкретния случай, и по-специално – относителната тежест на аргументите, представени от страните по спора, тяхното поведение, както и сравнението между мащаба и финансовата сила на двете страни. При поискване от бизнес ползвател, преди започване на медиация или по време на медиация, доставчикът на посреднически онлайн услуги предоставя на бизнес ползвателя информация за функционирането и ефективността на медиацията, свързана с неговите дейности (чл. 12, §6 от Регламента).

## **7. Придаване на изпълнителна сила на споразумението, постигнато в процедура по медиация**

Ако при използването на медиация за решаването на спор в онлайн търговията страните (търговец и потребител) постигнат споразумение, възниква въпросът как ще се изпълни то. Съгласно чл. 18, ал. 1 от Закона за медиация споразумение по правен спор по смисъла

на чл. 1 от Закона, постигнато в процедура по медиация, има силата на съдебна спогодба и подлежи на одобрение от районните съдилища в страната. Одобрението се извършва в рамките на охранително производство от районните съдилища. Съдът одобрява споразумението след потвърждаването му от страните, ако то не противоречи на закона и добрите нрави. Ако обаче някоя от страните откаже да го потвърди пред съда той няма да го одобри и като последица споразумението няма да има изпълнителна сила. Така на практика се стига отново до решаването на спора по съдебен ред. Следва да се обмисли за промяна в правната уредба в тази ѝ част, касаеща изпълнителната сила на споразумението, за да бъде то по-ефективно и да се даде възможност за по-широко използване на медиацията при решаване на спорове в онлайн търговията.

### **Заклучение**

От изложеното дотук може да се обобщи, че медиацията ще се прилага все по-често като средство за решаване на спорове в онлайн търговията. За този извод допринася по-новата уредба в Регламент (ЕС) 2019/1150 на Европейския парламент и на Съвета от 20 юни 2019 година, която подробно установява процедурата по медиация в отношенията „платформа-към-бизнес ползвател“. За улесняване постигането на тази цел е необходимо да се обмисли и законодателна промяна, касаеща споразумението, постигнато в процедура по медиация, и неговата изпълнителна сила.

#### **За контакти:**

Проф. д-р Таня Йосифова  
УНСС

E-mail: [tiossifova@gmail.com](mailto:tiossifova@gmail.com)