

ПРАВОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ САМОРЕГУЛИРОВАНИЯ МАРКЕТПЛЕЙСОВ

LEGAL PROBLEMS OF MARKETPLACES SELF-REGULATION

A. Klimenko

Summary. The development of e-commerce has rapidly changed consumer preference for the form of purchasing goods. The concept of marketplace, online commerce is not legally established. The Consumer Protection Act. 1992 contains only some aspects of online — commerce. The author systematises knowledge about the existing legal problems of consumer legal protection in marketplaces and concludes that the activities of marketplaces have signs of self-regulation.

Keywords: legal problem, marketplace, online commerce, consumer protection, self-regulation.

Развитие электронной коммерции стремительно поменяло предпочтение потребителей в области формы приобретения товаров — покупать стали больше, продажи товаров онлайн выросли колоссально благодаря деятельности маркетплейсов и интернет-магазинов. Известно, что общественные отношения являются базисом, надстройкой выступает право, и в рассматриваемом вопросе очевидно, что право не поспевает за центробежным развитием экономики онлайн-торговли.

Законодательно не установлено ни понятия маркетплейса, ни понятия онлайн-торговли. Закон РФ от 07.02.1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» (далее «закон о защите прав потребителей») дает понятие «владелец агрегатора информации о товарах (услугах)», но, заметим, не понятие самого агрегатора, закон также раскрывает понятие «дистанционной торговли» [1]. В ГОСТе Р 51303–2013 «Торговля. Термины и определения» дано понятие «интернет-магазина» [2].

Глоссарий по электронным сделкам представлен в Модельном законе об электронной торговле, который принят в 2008 г. в Санкт-Петербурге на 31-м пленарном заседании Межпарламентской Ассамблеи государств — участников СНГ, закон рекомендовано использовать в национальном законодательстве [3].

Правовые подходы к определению понятий онлайн-торговли выстраивает и судебная практика. Так, достаточно четко суды подходят к правовой природе маркетплейса как информационного посредника [4].

Клименко Алевтина Игоревна
Аспирант, ФГБОУ ВО «Новосибирский
государственный университет экономики
и управления «НИНХ»
K9137470535@yandex.ru

Аннотация. Развитие электронной коммерции стремительно поменяло предпочтение потребителей в области формы приобретения товаров. Законодательно не установлено понятия маркетплейса, онлайн-торговли. Закон «О защите прав потребителей.» 1992 г. содержит лишь некоторые аспекты онлайн — торговли. Автор систематизирует знания об существующих правовых проблемах института правовой защиты потребителей на маркетплейсах, заключает, что деятельность маркетплейсов имеет признаки саморегулирования.

Ключевые слова: правовая проблема, маркетплейс, онлайн-торговля, защита прав потребителей, саморегулирование.

Скучное регулирование деятельности маркетплейсов указывает на фактическое саморегулирование этой деятельности самими маркетплейсами. Данные отношения урегулированы не законом, а на уровне «lex mercatoria», в контексте свода деловых обычаев предпринимателей.

Саморегулирование маркетплейсов является особой разновидностью управленческого взаимодействия, где маркетплейс выстраивает отношения как внутри себя / вертикальное управление, так и в отношении взаимодействия его членов, т.е. объектом управления являются отношения по поводу эффективной организации и координации субъектов онлайн-продаж, которые взаимодействуют между собой и с самим маркетплейсом, а также с платежными агентами по поводу электронных транзакций. Саморегулирование также проявляется в установлении правил и стандартов внутренней деятельности для своих членов — субъектов платформы и осуществления контроля за их соблюдением. Какова длительность саморегулирования маркетплейсов? На сколько долго останется данный сегмент без государственного правового регулирования?

В 2000 в Госдуму РФ был внесен законопроект № 11081–3 «Об электронной торговле», однако уже в 2004 г. он был отклонен и снят с дальнейшего рассмотрения. В отрицательном заключении комитета Госдумы по информационной политике отмечается, что вопросы, которые затрагиваются в законопроекте, уже «урегулированы иным образом действующими законами...», необходимости в дополнительном регулировании этой

сферы в настоящее время не имеется... дальнейшее развитие законодательства в данной сфере должно осуществляться по мере накопления опыта путем внесения в действующие законодательные акты изменений и дополнений» [5]. В 2007 г. принят Федеральный закон № 234 от 25.10.2007 г. и Правила дистанционной продажи товаров (утратили силу с 01.01.2021 г.), нормативные правовые акты укрепили понятия, принципы, механизм и требования к дистанционной торговле, в 2011 г. принят Федеральный закон «О национальной платежной системе» от 27.06.2011 № 161-ФЗ, регулирующей особенности национальных платежных инструментов [6], в 2018 г. принят Федеральный закон № 250 от 29.07.2018 г., которым внесены изменения в Закон «О защите прав потребителей», появились такие понятия как «владелец агрегатора», сформулированы условия размещения информации о товаре на электронных площадках (маркетплейсах и интернет-магазинах), условия ответственности интернет-магазинов. В 2020 г. вступили в силу Правила продажи товаров при дистанционном способе продажи товара по договору розничной купли-продажи [7]. В конце 2022 г. в Госдуму внесен законопроект № 270838–8 «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с внедрением цифрового рубля», планируемый срок вступления закона в силу 01.04.2023 г. [8].

Одновременно, присутствие перечисленных нормативных правовых актов не отменяет проблемы правового регулирования на маркетплейсах, устойчиво присутствует саморегулирование интернет-торговли. Вместе с тем, вся совокупность потребительских, в том числе судебных споров указывает на отсутствие понимания потребителями правового статуса маркетплейсов [9]. Рядовые покупатели, обращающиеся за приобретением товара или услуги на маркетплейс не понимают границы ответственности маркетплейса и их правомочия по защите прав потребителей.

Первое и очевидное, что препятствует единообразному восприятию маркетплейсов — это отсутствие нормативно определённых базовых понятий. Саморегулирование общественных отношений на маркетплейсах способствует определению дефиниций института онлайн-торговли, специального глоссария. Так, следует сформулировать понятия: электронная / цифровая платформа, онлайн-потребители, электронные транзакции, маркетплейс.

Далее, формы защиты прав потребителей товаров и потребителей финансовых услуг не равны. В действующем законодательстве, возможности защиты потребителей финансовых услуг значительно шире благодаря институту финансового омбудсмена. Институт уполномоченного по правам потребителей финансо-

вых услуг является относительно молодым институтом [10], но уже зарекомендовавшем себя как эффективный с точки зрения финансовых затрат и затрат времени направляемых на защиту прав потребителей услуг. Такое взаимодействие выступает как инструмент альтернативного урегулирования споров, в т.ч. потребительских. Автор считает важным и необходимым расширение сферы правового регулирования закона о финансовом омбудсмене в отношении урегулирования споров на маркетплейсах.

Третьим очевидным вопросом является проблема исполнения электронной сделки на маркетплейсах. Это право на отказ от договора, возврат товара, право на сохранение конфиденциальности личных и финансовых данных, право на возмещение убытков, право на полную информацию о товаре, право на обращение с претензией, продажа контрафактного товара на маркетплейсах, причем как отдельно контрафактного, так и товара в рамках программы параллельного импорта, вопросы ненадлежащей рекламы и недобросовестной конкуренции, продажа товара, который не может быть продан через онлайн-магазин. Проблемы исполнения электронной сделки следуют также из проблем в работе с личным кабинетом, в условиях, когда заказ отменён в одностороннем порядке, когда потребитель нуждается в решении проблем с товаром, также в настоящее время не решена проблема взимания произвольной платы за возврат товара при отказе от него. При этом, покупатели сами бывают недобросовестны и могут оставить себе подарок, который нередко продавцы докладывают в заказы; подложить другую вещь, забрав себе заказ; вернуть только часть товара; испортить товар. Учитывая системные проблемы в исполнении электронного договора розничной купли-продажи, очевидна четвертая проблема — проблема взаимной ответственности продавца, покупателя и электронной платформы. При этом, признавая за маркетплейсом статус информационного помощника, потребитель вправе обращаться по вопросам проблем с товаром по-прежнему только к продавцам. Вместе с тем, очевидно, что покупатель в широком смысле не знает продавца, не имеет сведений об его активах (место продажи/магазин), в то время как именно маркетплейс, принимая в качестве партнера продавца, имеет возможность отследить его финансовые гарантии, принять от него обеспечение, минимальный размер которого мог бы гарантировать исполнение обязательств перед покупателем. В настоящее же время маркетплейсами, поскольку они являются свободными и самостоятельными субъектами права, не урегулирован вопрос обеспечения деятельности продавцов на электронной площадке. Маркетплейс Валдберис принимает оплату от продавцов в качестве обеспечительного взноса — 30 000 рублей [11], другие маркетплейсы — нет. Однако, даже в условиях судеб-

ного разбирательства такой обеспечительный платеж не направляется покупателю, маркетплейс не решает проблемы защиты прав потребителей за счет обеспечительного взноса.

Подводя итог, можно сделать вывод, что правовая проблема маркетплейсов в целом заключается в их про-

извольном саморегулировании, в условиях тотальной цифровизации необходимо урегулировать систему защиты прав покупателей, в том числе сформировать институты альтернативного урегулирования споров, дополнить существующие механизмы защиты элементами цифрового контроля и принуждения, в том числе для того, чтобы уравнивать права оффлайн и онлайн покупателей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Закон РФ от 07.02.1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» [Электронный ресурс]: (в ред от 14.07.2022 г.) // КонсультантПлюс: справ. правовая система.
2. ГОСТ Р 51303–2013 «Торговля. Термины и определения» [Электронный ресурс] URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200108793> (дата обращения 05.03.2023)
3. Модельный закон об электронной торговле (принят в г. Санкт-Петербурге 25.11.2008) URL: <https://iacis.ru/public/upload/files/1/238.pdf> (дата обращения 05.03.2023).
4. Напр.: Решение Арбитражного суда города Москвы от 24.11.2022 № А40–161762/2022 // kad.arbitr.ru (дата обращения 05.03.2023).
5. Проект Федерального закона N 11081–3 «Об электронной торговле» URL: [https://sozd.duma.gov.ru/bill/11081–3](https://sozd.duma.gov.ru/bill/11081-3) (дата обращения 05.03.2023).
6. Федеральный закон от 27.06.2011 N 161-ФЗ (ред. от 28.12.2022) «О национальной платежной системе» // КонсультантПлюс: справ. правовая система.
7. Постановление Правительства РФ от 31.12.2020 N 2463 «Об утверждении Правил продажи товаров по договору розничной купли-продажи, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование потребителя о безвозмездном предоставлении ему товара, обладающего этими же основными потребительскими свойствами, на период ремонта или замены такого товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих обмену, а также о внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации» // КонсультантПлюс: справ. правовая система.
8. Законопроект № 270838–8 «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с внедрением цифрового рубля» URL: [https://sozd.duma.gov.ru/bill/270838–8](https://sozd.duma.gov.ru/bill/270838-8) (дата обращения 05.03.2023).
9. Определение Шестого кассационного суда общей юрисдикции от 08 ноября 2021 года по делу № 8Г-24289/2021 URL: http://6kas.sudrf.ru/modules.php?name=sud_delo&srv_num=1&name_or=case&case_id=8066043&case_uid=aa96ac76-3b6a-4f98-8837 (дата обращения 05.02.2023); Определение Шестого кассационного суда общей юрисдикции от 08 ноября 2021 г. по делу № 8Г-22660/2021 URL: http://6kas.sudrf.ru/modules.php?name=sud_delo&srv_num=1&name_or=case&case_id=7876487&case_uid=1699f2e9-5f21-4307-ae84 (дата обращения 05.02.2023); Определение Четвертого кассационного суда общей юрисдикции от 25 июня 2021 года по делу № 8Г-10859/2021. URL: https://4kas.sudrf.ru/modules.php?name=sud_delo&srv_num=1&name_or=doc&number=8836384&delo_id=2800001&new=2800001&text_number=1 (дата обращения 05.02.2023).
10. Федеральный закон от 04.06.2018 N 123-ФЗ (ред. от 30.12.2021) «Об уполномоченном по правам потребителей финансовых услуг» // КонсультантПлюс: справ. правовая система.
11. URL: <https://wildberries-analytics.ru/threads/obespechitelnyj-platezh.12773> (дата обращения 05.03.2023).

© Клименко Алевтина Игоревна (K9137470535@yandex.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»