

Секция «Связи с общественностью в коммерческих структурах»

## Правовые основы работы маркетплейсов

Научный руководитель – Костикова Анна Анатольевна

*Кравцова Софья Владимировна*

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

*E-mail: k\_sofya@rambler.ru*

В современном мире всё больше популяризируется электронная коммерция. С каждым днём человек всё больше отдаёт предпочтение покупкам в Интернете. Во-первых, это экономия времени. Во-вторых, совершая покупки в Интернете, мы снижаем риск заражения опасными вирусами. В-третьих, маркетплейс позволяет экономить финансы, создавая возможность выбора одного и того же товара в различных ценовых категориях.

Тема правового регулирования деятельности маркетплейсов актуальна, т.к. с каждым днём всё больше предпринимателей переходят на маркетплейсы, увеличивается количество покупателей, а вместе с ним растёт и число прецедентов. Около 70% россиян минимум раз в месяц приобретает что-то на маркетплейсах.[1] Если говорить про продавцов, в первом квартале 2023 года число новых продавцов на Яндекс Маркете увеличилось на 39%, на Озон — на 25%, на Мегамаркете — на 17%. [2] В связи с этим возникают вопросы и споры, которые требуют решения в рамках правового законодательства, действующего на территории РФ, но до конца не проработанного как на государственном уровне, так и на уровне внутренней правовой политики маркетплейсов. Например, всего с начала 2023 года арбитражные суды Российской Федерации зарегистрировали 1584 иска против «Вайлдберриз». [3] Платформы для Интернет-торговли подвергаются критике за недостаточное регулирование действий продавцов и покупателей.

«Озон» занимает второе место по количеству споров среди маркетплейсов, и дела с его участием рассматривает Арбитражный суд города Москвы. [4]

Поэтому анализ правовых аспектов деятельности торговых Интернет-площадок поможет разобраться, как регулируется процесс продажи товаров, покупки, как защищены права потребителя, на какую правовую поддержку может рассчитывать продавец и покупатель в случае инцидента. Объект изучения в этой теме - совокупность норм права, регулирующие отношения продавца, покупателя и маркетплейса, на котором они происходят, а предмет — сами маркетплейсы, их деятельность.

Маркетплейс - онлайн-платформа владельца агрегатора в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", позволяющая потребителю одновременно ознакомиться с предложением продавца товаров о заключении договора купли-продажи товара, заключить с продавцом товаров договор купли-продажи, а также произвести оплату указанного товара путем перевода денежных средств владельцу агрегатора в рамках применяемых форм безналичных расчетов. [5]

Важно понимать различие маркетплейса и интернет-магазина. Для продавца запуск и содержание собственного интернет-магазина могут показаться более сложной задачей, чем использование маркетплейса. Владелец сам должен поддерживать сайт, настраивать платёжные системы и другие инструменты, организовывать доставку и выдачу товара. [6] Интернет-магазин принадлежит одной компании и зачастую имеет офлайн-магазин, в то время как маркетплейс имеет только пункт выдачи заказов.

Существуют также финансовые маркетплейсы, занимающиеся подбором и сравнением финансовых услуг, таких как открытие вкладов, инвестиционных проектов, страховых продуктов.

Целью этой работы является изучение и анализ правовых основ работы маркетплейсов, а именно законодательное регулирование отношений между продавцом, покупателем и торговой Интернет-площадкой договорами и внутренними нормативными актами. Задачами работы являются изучение документов, государственных и внутренних, регулирующих деятельность маркетплейсов, анализ формирования ценовой политики на маркетплейсах, а также рассмотрение судебных прецедентов, возникавших в связи с деятельностью маркетплейсов и судебные решения.

Уже написано достаточно много статей и работ на тему правового регулирования деятельности маркетплейсов. Все эти работы, нормативные акты, статьи, книги, аналитику и статистику я буду использовать при дальнейшем изучении темы для получения максимально полного объёма знаний на тему правовых основ деятельности маркетплейсов.

### Источники и литература

- 1) Федеральный закон от 10.07.2023 № 301-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон "О защите конкуренции»
- 2) Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» от 28.12.2009 N 381-ФЗ
- 3) Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 (ред. от 04.08.2023) «О защите прав потребителей»
- 4) «Стандарты по взаимодействию маркетплейсов с владельцами пунктов выдачи заказов» (утв. Комиссией по созданию условий саморегулирования в электронной торговле в Российской Федерации, Протокол от 03.10.2023 №15-381) (подписаны 10.10.2023)
- 5) Козинец Н.В. Правовое регулирование деятельности маркетплейсов: актуальные проблемы. 2023. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pravovoe-regulirovanie-deyatelnosti-marketpleysov-aktualnye-problemy> (дата обращения: 13.01.2024)
- 6) Соловьёв К.В. и Чекмарёв Г.Ф. Дистанционная торговля как объект правового регулирования. 2016. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/dstantsionnaya-torgovlya-kak-obekt-pravovogo-regulirovaniya>
- 7) Саинская Л.А. Проблемы защиты прав потребителей при дистанционной торговле через сеть «Интернет». 2015. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-zaschity-prav-potrebiteley-pri-dstantsionnoy-torgovle-cherez-set-internet> (дата обращения: 13.01.2024)
- 8) Быстрова Н.В., Максимова К.А. Электронная коммерция и перспективы ее развития // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2018. № 7 (33). Т. 1. С. 86 — 90. URL: <https://nauka46.ru/innovatsionnaya-ekonomika-perspektivy-razvitiya-i-sovershenstvovaniya/> (дата обращения: 13.01.2024)
- 9) Буянов А.С. Роль маркетплейсов в развитии электронной торговли. 2022. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-marketpleysov-v-razvitiielektronnoy-torgovli> (дата обращения: 13.01.2024)
- 10) Марченков А. А. Маркетплейсы как главный тренд электронной коммерции // Научные стремления. 2019. № 26. С. 65-67
- 11) Сарычева С. Итоги развития маркетплейсов в 2022 году. [Электронный ресурс]//Priceva. - 2023. - URL: <https://priceva.ru/blog/article/itogi-razvitiya-marketpleysov-v-2022-godu>
- 12) Фёдорова А. Исследование Tinkoff eCommerce: как изменился портрет продавца маркетплейсов в 2023 году [Электронный ресурс]//Бизнес-секреты. - 2023. - URL:[http](http://)

<s://secrets.tinkoff.ru/biznes-s-nulya/portret-prodavca-marketplejsov-2023/> (Дата обращения: 14.01.2024)