

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ НА МАРКЕТПЛЕЙСАХ НА ПРИМЕРЕ WILDBERRIES И OZON

Данная статья посвящена правовому регулированию торговых площадок. В ней рассматриваются такие темы, как торговые площадки, сложности правового регулирования, защита прав потребителей.

Ключевые слова: маркетплейсы, правовое регулирование, торговые площадки

С каждым годом количество онлайн-покупателей растет. Онлайн-торговля становится все более важной частью экономики, и ее развитие и регулирование оказывают влияние на предпринимательство, занятость и динамику рынка. Правовая защита прав потребителей на маркетплейсах имеет решающее значение. Потребители должны быть уверены, что их право на возврат, обмен товаров и конфиденциальность данных соблюдаются.

Исследование правового регулирования на конкретных примерах, таких как Wildberries и Ozon, может предоставить ценные данные и практические рекомендации для улучшения сферы онлайн-торговли в Беларуси.

В качестве иллюстративного примера рассмотрим обстоятельства, в которые попала потребительница. Покупая брюки через платформу Wildberries, она не предполагала, что купленный товар окажется некачественным. Попытки разрешения ситуации через личный кабинет оказались тщетными, и даже направленное заказное письмо, адресованное на юридический почтовый адрес, осталось без внимания. Решившись на действенные шаги, женщина обратилась за защитой своих прав в Городское общество защиты потребителей. Судебное разбирательство привело к вынесению решения в пользу потребительницы, в результате чего ей была возвращена сумма, затраченная на покупку, а также ей были предоставлены компенсации в виде неустойки и возмещения морального ущерба [1].

Цель этой статьи – исследовать существующие правовое регулирование прав потребителей на маркетплейсах в Беларуси с акцентом на Wildberries и Ozon и на основании полученных данных дать рекомендации по его улучшению.

Перед собой поставили следующие задачи: изучение законодательства Беларуси и международных норм, регулирующих права потребителей на маркетплейсах; анализ правил и политик Wildberries и Ozon в отношении прав потребителей; сбор данных и оценка практики обращений и жалоб потребителей; оценка эффективности мер по защите прав потребителей на Wildberries и Ozon; проведение опроса среди учащихся на тему правового регулирования маркетплейсов; разработка рекомендаций для усовершенствования правового регулирования и практик маркетплейсов.

Маркетплейс – онлайн-платформа владельца агрегатора в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», позволяющая потребителю одновременно ознакомиться с предложением продавца товаров при заключении договора купли-продажи товара, заключить с продавцом товаров договор купли-продажи, а также произвести оплату указанного товара путем наличных расчетов либо перевода денежных средств владельцу агрегатора в рамках применяемых форм безналичных расчетов [2].

В законодательстве Республики Беларусь нет понятия «маркетплейс». Вся деятельность таких площадок приравнивается к электронной торговле. К основным законам и нормативным актам, регулирующим электронную коммерцию и права потребителей в Беларуси, мы можем отнести Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 15.01.2009 № 31 «Об утверждении Правил продажи товаров при осуществлении дистанционной торговли», Закон Республики Беларусь от 09.01.2002 № 90-З «О защите прав потребителей», Кодекс Республики Беларусь от 07.01.1998 № 218-З «Гражданский кодекс Республики Беларусь» (в частности, глава 30).

Стандарты по взаимодействию маркетплейсов с владельцами пунктов выдачи заказов утверждены на заседании Комиссии по созданию условий саморегулирования в электронной торговле в Российской Федерации (Протокол № 15-381 от 3 октября 2023 года) [2]. В то время как в Беларуси конкретные законы государственного уровня по регулированию деятельности на маркетплейсах отсутствуют.

Самые частые жалобы, которые поступают от потребителей и подчеркивают пробелы в законодательстве напрямую касаются неопределенной ответственности, достоверности информации о товаре, процедуры обмена, возврата товаров и гарантии [3].

Пользователи самостоятельно загружают свои комментарии, оценки, отзывы и другой контент посредством различных ресурсов и несут за него ответственность. Ozon не осуществляет проверку точности, достоверности и актуальности контента, размещаемого непосредственно пользователями или Ozon с их разрешения. Пользователи, предоставляющие Ozon контент для размещения, несут полную ответственность перед Ozon и третьими лицами, включая государственные органы, за содержание такого контента и обязуются в случае предъявления к Ozon каких-либо претензий, исков или требований со стороны третьих лиц возместить Ozon все убытки, которые Ozon понес или понесёт в будущем в связи с такими претензиями, исками или требованиями указанных лиц [4].

Согласно условиям продажи товаров, юридические лица не могут вернуть качественный товар. При возврате товара в пункт выдачи требуется номер заявки на возврат. При обращении в сервисный центр необходимо передать сотруднику пункта выдачи акт о не ремонтпригодности товара. Возврат примут, если товар и причина возврата соответствуют указанным в заявке.

Экспертное заключение – документ, выданный экспертами-товароведами, подтверждающий брак товара. Заключение понадобится при возврате товара со скрытым дефектом. Чтобы получить заключение, следует обратиться в организацию, которая проводит товароведческие экспертизы. После проверки документов об экспертизе деньги поступят на ваш баланс средств в течение двух рабочих дней. Ими можно оплатить до 100 % стоимости будущих покупок или вывести на банковскую карту [5].

Если вы недавно оформили заказ, и он ещё не поступил в сборку, вы можете отменить заказ. Также есть возможность отказаться от товара при получении. Вы можете вернуть заказ только в статусе «Получен», и, если он подлежит возврату.

Если у товара есть дефект, который не мешает им пользоваться, вы можете не возвращать товар и получить частичную компенсацию.

Требование потребителя о возврате денежных средств подлежит удовлетворению продавцом незамедлительно; в случае, если удовлетворить требование потребителя незамедлительно не представляется возможным, максимальный срок для удовлетворения требования не может превышать семи дней. За нарушение установленных сроков предусмотрена выплата неустойки в размере одного процента.

На официальных сайтах размещена информация, что в большинстве случаев ответственность ложится на продавца товара. Но на практике происходит наоборот: продавцы игнорируют эти положения, в результате чего страдают клиенты, маркетплейсы, а недобросовестные продавцы остаются безнаказанными.

Был проведен опрос студентов Института бизнеса БГУ с целью изучения их опыта использования маркетплейсов, проблем с товарами, их осведомленности о нормативных правовых актах, регулирующих защиту прав потребителей.

Стоит отметить, что, согласно результатам опроса, 98 % респондентов совершают покупки на маркетплейсах с различной частотой: 19 % опрошенных совершают покупки несколько раз в неделю, 46 % – несколько раз в месяц.

Большинство респондентов, согласно полученным данным, покупают одежду и обувь (21 %), косметику и средства личной гигиены (20 %), товары для дома и мебель (12 %), книги (11 %). Практически каждый такой товар теоретически может иметь повреждения, брак, низкое качество. На вопрос о том, какие права потребителя являются наиболее важными при покупке товаров на торговых площадках: 29 % респондентов назвали получение достоверной информации о товаре (характеристики, цены, условия доставки), 25 % – право подать жалобу и вернуть товар в случае неудовлетворенности, 23 % – защиту персональных данных и неприкосновенности частной жизни, доступ к отзывам и рекомендациям о товарах (см. рисунок).

Большинство респондентов уже сталкивались с проблемами при совершении покупок на торговых площадках – 36 % опрошенных, а 47 % знакомы с такими случаями, можно считать, что 83 % знают о проблемах, связанных с совершением покупок на торговых площадках.

Более половины опрошенных (57 %) слышали о правовых нормативных актах, но не имеют подробной информации, 9% – не уверены в существовании таких нормативных актов. Только 27 % респондентов знакомы с законодательными актами, около 19 % – считают, что существующее законодательство о защите прав потребителей на торговых площадках неэффективно, 66 % затрудняются оценить эффективность существующего законодательства.



Также респонденты предложили меры, которые необходимо предпринять для улучшения защиты прав потребителей на торговых площадках. Около 16 % предлагают ужесточение ответственности для продавцов, нарушающих права потребителей, расширение возможностей для потребителей оставлять отзывы и жалобы, повышение прозрачности информации о продавцах и их товарах. 15 % предлагают совершенствование механизмов контроля и надзора за деятельностью торговых площадок, 12 % – разработку более четких правил и стандартов для торговых площадок.

В качестве изменений в политике повышения уровня защиты потребителей 21 % опрошенных предложили усиление контроля за фальшивыми отзывами и рейтингами, 17 % – обязательную проверку продавцов и подтверждение их личности, 15 % – повышение требований к качеству и безопасности товаров и услуг, 10 % – повышение доступности и помощи в разрешении споров между потребителями и продавцами, более подробную информацию о продавцах на торговой площадке.

Таким образом, к наиболее частым проблемным аспектам правового регулирования на маркетплейсах следует отнести: вопросы ответственности, подлинности товаров, контроля качества, политики возврата и гарантии, поддержки и разрешения споров, особенности защиты прав потребителей за пределами национальных границ.

Одной из ключевых проблем является определение ответственности маркетплейсов за качество товаров, доставку, поддержание безопасности и защиту прав потребителей. Не всегда ясно, кто несет ответственность, когда возникают проблемы. Многие маркетплейсы сталкиваются с проблемой продажи поддельных или контрафактных товаров. Это вредит как потребителям, так и брендам. Оценка и контроль качества продавцов на маркетплейсах может быть недостаточно прозрачным. Правила возврата товаров и гарантии различаются на разных маркетплейсах, что может вызывать непонимание и неудовлетворенность у потребителей. Наличие механизмов разрешения споров и поддержки клиентов на маркетплейсах может быть неравномерным. Когда маркетплейсы работают в разных странах, возникают вопросы о том, как обеспечить защиту прав потребителей, несмотря на разные правовые системы [6].

Идентификация и решение этих проблемных аспектов требует сотрудничества между правительствами, маркетплейсами и другими заинтересованными сторонами. Это также может потребовать изменений в законодательстве и политиках маркетплейсов для улучшения защиты прав потребителей и поддержания честной конкуренции. Поднятие этого вопроса на уровне законодательства даст четкое понятие зон ответственности, оптимизирует процесс взаимодействия маркетплейсов, покупателей и продавцов.

Список использованных источников

1. Wildberries: Жалобы и претензии всё учащаются [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://belpotreb.by/wildberries-zhaloby-i-pretenzii-vsyo-uchashhayutsya/>. – Дата доступа: 03.10.2023.
2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.consultant.ru>. – Дата доступа: 03.10.2023.
3. Монстры ретейла: как условия маркетплейсов нарушают права потребителей (2023) [Электронный ресурс] // Рамблер/Финансы. – Режим доступа: <https://finance.rambler.ru/money/50355938-monstry-reteyla-kak-usloviya-marketpleysov-narushayut-prava-potrebiteley/>. – Дата доступа: 11.03.2023.

4. Что нужно для возврата [Электронный ресурс] // Ozon. – Режим доступа: <https://docs.ozon.ru/common/otmena-i-vozvrat-zakaza/what-needed/?country=RU>. – Дата доступа: 05.10.2023.
5. Условия и сроки возврата [Электронный ресурс] // Ozon. – Режим доступа: <https://docs.ozon.ru/common/otmena-i-vozvrat-zakaza/usloviya-i-sroki-vozvrata/return-terms-and-conditions/?country=BY>. – Дата доступа: 05.10.2023.
6. О мерах по обеспечению соблюдения законодательства о защите прав потребителей при осуществлении интернет-торговли [Электронный ресурс] : рекомендации Министерства торговли Респ. Беларусь от 6 ноября 2014 г. // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=U01402377>. – Дата доступа: 05.10.2023.