



ЦИФРОВЫЕ
ТЕХНОЛОГИИ
И ПРАВО

Актуальные проблемы регулирования деятельности маркетплейсов

Минаев Алексей Владимирович

Заместитель Управляющего директора OZON

Кандидат социологических наук

Казань - 2022

1. Тренды E-commerce в России и мире

**2. Маркетплейсы:
экономическая и правовая сущность**

**3. Тренды нормативного регулирования
деятельности маркетплейсов**



Тренды E-commerce в России и мире (1)

Электронная коммерция (electronic commerce, e-commerce) — деятельность по покупке или продаже товаров и услуг через Интернет.



Ключевые цифры:

- В Южной Корее около 40% покупок совершается в Интернете.
- В Китае – 30%
- В США – 15%
- В России – 12%
- В среднем по миру – 19%



Прогноз:

- к 2025 году 25% покупок будет совершаться в Интернете
- к 2040 – 90%

Тренды E-commerce в России и мире

(2)

- 1** В 2021 году объем рынка розничной интернет-торговли в России составил **4,1 трлн** рублей и **1 700 млн** заказов.
- 2** За 2021 год количество онлайн-заказов выросло на **104%** (рекорд за все время наблюдений), а объем рынка в рублях вырос на **52%**.
- 3** Доля онлайн-продаж заметно увеличилась: в 2021 году на них пришлось **12%** от всего рынка ритейла и **26%** от рынка непродовольственного ритейла (+3 п.п. и +5 п.п. год к году соответственно).
- 4** Основной рост обеспечили крупные универсальные маркетплейсы: в 2021 году их доля выросла с **49%** до **62%** от всех онлайн-заказов.
- 5** eGrosery является самым быстрорастущим сегментом внутрироссийского рынка розничной интернет-торговли: в 2021 году объем рынка eGrosery в рублях вырос на **159%** и составил **329 млрд** рублей, а количество заказов выросло на **244%** (с **69 млн** в 2020 году до **237 млн** в 2021).

Ключевые цифры OZON

По итогам 2021 г.

Ozon: операционные итоги-2021

ОБОРОТ
(от продаж товаров и услуг с НДС)

448,3 млрд **₽**
+127%*

Рост выше прогноза

ЗАКАЗЫ

223,3 млн
+202%

Преодолели рубеж 1 млн заказов в день в четвертом квартале

КЛИЕНТЫ

25,6 млн
+86%

+4 млн новичков за четвертый квартал

Маркетплейс

 **ПРОДАВЦЫ**

>90 тыс
рост более чем в 3 раза

 **АССОРТИМЕНТ**

>82 млн **SKU**
рост в 7 раз

65%
доля маркетплейса в общем обороте

*здесь и далее динамика год-к-году

Маркетплейсы: экономическая и правовая сущность (1)



Маркетплейс – платформа, на которой встречаются продавцы и покупатели.



В 2021 году аудитория покупателей российских компаний E-Commerce составила более **130 млн. человек**, а число предпринимателей, представляющих свои товары на маркетплейсах, превысило **800 тысяч**.



Крупнейшие маркетплейсы:

Wildberries, OZON, ЯндексМаркет, СберМегаМаркет.

- Маркетплейс ≠ Онлайн-магазин
- Маркетплейс предоставляет логистические услуги, но пользоваться ими не обязательно

Модели работы для партнёров

Витрина + доставка
+ размещение



Продажа со склада Ozon
FBO — Fulfillment by Ozon

Витрина + доставка



Продажа со своего склада
FBS — Fulfillment by Seller

Витрина



Ozon выступает только
торговой площадкой
realFBS — Real Fulfillment by Seller

Какую схему выбрать?

RFBS, если

- вы готовы собирать заказы на своем складе
- у вас есть своя служба доставки
- уникальный ассортимент
- тест нового ассортимента

FBS, если

- вы хотите сами собирать заказы на своем складе
- вам подходит инфраструктура Ozon Логистики
- товары не самой высокой оборачиваемости

FBO, если

- высокооборотчиваемые товары
- вы не хотите или не можете осуществлять сборку заказов у себя на складе

Маркетплейсы: экономическая и правовая сущность (2)



Регулирование:

- Статьи ГК РФ: 497 (дистанционная продажа), 1005-1011 (агентский договор), 1253.1 (информационный посредник)
- Статьи 1, 12, 26.1 Закона РФ от 07.02.1992 N 2300-1 "О защите прав потребителей "
- Постановление Правительства РФ от 31.12.2020 N 2463 "Об утверждении Правил продажи товаров по договору розничной купли-продажи ... "

Маркетплейсы: экономическая и правовая сущность (3)



Маркетплейс - агент

- По агентскому договору одна сторона (агент) обязуется за вознаграждение совершать по поручению другой стороны (принципала) юридические и иные действия от своего имени, но за счет принципала либо от имени и за счет принципала.
- По сделке, совершенной агентом с третьим лицом от своего имени и за счет принципала, приобретает права и становится обязанным агент, хотя бы принципал и был назван в сделке или вступил с третьим лицом в непосредственные отношения по исполнению сделки.
- По сделке, совершенной агентом с третьим лицом от имени и за счет принципала, права и обязанности возникают непосредственно у принципала.

Маркетплейсы: экономическая и правовая сущность (4)



Дистанционная продажа

- Если иное не предусмотрено законом, иными правовыми актами или договором, ... договор розничной купли-продажи, заключенный дистанционным способом продажи товара, считается исполненным с момента доставки товара в место, указанное в таком договоре, а если место передачи товара таким договором не определено, с момента доставки товара по месту жительства покупателя-гражданина или месту нахождения покупателя - юридического лица.
- Если иное не предусмотрено законом, до передачи товара покупатель вправе отказаться от исполнения ... договора розничной купли-продажи при условии возмещения продавцу необходимых расходов, понесенных в связи с совершением действий по исполнению договора.

Маркетплейсы: экономическая и правовая сущность (5)



Маркетплейс - информационный посредник

- Информационный посредник - лицо, осуществляющее передачу материала в сети «Интернет» / предоставляющее возможность размещения материала или информации, необходимой для его получения / предоставляющее возможность доступа к материалу в этой сети.
- Информационный посредник **не несет ответственность за нарушение интеллектуальных прав**, произошедшее в результате размещения в информационно-телекоммуникационной сети материала третьим лицом или по его указанию, при одновременном соблюдении следующих условий:
 - 1) **он не знал и не должен был знать о том**, что использование соответствующих результата интеллектуальной деятельности или средства индивидуализации, содержащихся в таком материале, является **неправомерным**;
 - 2) он в случае получения в письменной форме заявления правообладателя о нарушении интеллектуальных прав с указанием страницы сайта и (или) сетевого адреса в сети "Интернет", на которых размещен такой материал, своевременно **принял необходимые и достаточные меры для прекращения нарушения интеллектуальных прав**.

Маркетплейсы: экономическая и правовая сущность (6)



Маркетплейс – агрегатор информации

- Владелец агрегатора информации о товарах (услугах) (далее - владелец агрегатора) - организация независимо от организационно-правовой формы либо индивидуальный предприниматель, которые являются **владельцами программы для электронных вычислительных машин и (или) владельцами сайта и (или) страницы сайта** в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и которые **предоставляют потребителю в отношении определенного товара (услуги) возможность одновременно ознакомиться с предложением продавца (исполнителя) о заключении договора купли-продажи товара (договора возмездного оказания услуг), заключить с продавцом (исполнителем) договор купли-продажи (договор возмездного оказания услуг),** а также произвести предварительную оплату указанного товара (услуги) путем наличных расчетов либо перевода денежных средств владельцу агрегатора в рамках применяемых форм безналичных расчетов в соответствии с пунктом 3 статьи 16.1 настоящего Закона и Федеральным законом от 27 июня 2011 года N 161-ФЗ "О национальной платежной системе".

Маркетплейсы: экономическая и правовая сущность (7)



Владелец агрегатора, предоставивший потребителю недостоверную или неполную информацию о товаре (услуге) или продавце (исполнителе), на основании которой потребителем был заключен договор купли-продажи (договор возмездного оказания услуг) с продавцом (исполнителем), **несет ответственность за убытки, причиненные потребителю вследствие предоставления ему такой информации.**

Если иное не предусмотрено соглашением между владельцем агрегатора и продавцом (исполнителем) или не вытекает из существа отношений между ними, ответственность за исполнение договора, заключенного потребителем с продавцом (исполнителем) на основании предоставленной владельцем агрегатора информации о товаре (услуге) или продавце (исполнителе), а также за соблюдение прав потребителей, нарушенных в результате передачи потребителю товара (услуги) ненадлежащего качества и обмена недовольственного товара надлежащего качества на аналогичный товар, **несет продавец (исполнитель).**

Владелец агрегатора не несет ответственность за убытки, причиненные потребителю вследствие предоставления ему недостоверной или неполной информации о товаре (услуге), в случае, если владелец агрегатора не изменяет информацию о товаре (услуге), предоставленную продавцом (исполнителем) и содержащуюся в предложении о заключении договора купли-продажи (договора возмездного оказания услуг).

Маркетплейсы: экономическая и правовая сущность (8)



При дистанционном способе продажи товара продавец обязан:

- **предоставить потребителю подтверждение заключения договора розничной купли-продажи на условиях оферты**, которая должна содержать существенные условия договора купли-продажи (предмет договора: наименование товара и его количество; цена), после получения продавцом сообщения потребителя о намерении заключить договор розничной купли-продажи. Подтверждение должно содержать номер заказа или иной способ идентификации заказа, который позволит потребителю получить информацию о заключенном договоре розничной купли-продажи и его условиях;
- **разместить на сайте** и (или) странице сайта в сети Интернет и (или) в программе для электронных вычислительных машин **публичную оферту** и обеспечить возможность ознакомления с ней потребителей;
- **предоставить потребителям полную и достоверную информацию, характеризующую предлагаемый товар**, посредством ее размещения на сайте и (или) странице сайта в сети Интернет, и (или) в программе для электронных вычислительных машин, и (или) в средствах связи (телевизионной, почтовой, радиосвязи и др.), и (или) в каталогах, буклетах, проспектах, на фотографиях или в других информационных материалах. Указанная обязанность также признается исполненной в случае предоставления потребителю информации с помощью электронных и иных технических средств;

Маркетплейсы: экономическая и правовая сущность (9)



При дистанционном способе продажи товара продавец обязан:

- **довести до потребителей сведения о лице, осуществляющем продажу товаров дистанционным способом** продажи товара на территории Российской Федерации посредством размещения на сайте (при его наличии) и (или) странице сайта в сети Интернет (при его наличии), а также в программе для электронных вычислительных машин (при ее наличии);
- **довести до потребителя информацию о форме и способах направления претензий.** В случае если такая информация продавцом не представлена, потребитель вправе направить претензию в любой форме и любым способом;
- **произвести возврат денежной суммы, уплаченной потребителем по договору розничной купли-продажи,** в соответствии с пунктом 4 статьи 26.1 Закона Российской Федерации "О защите прав потребителей", т. е. не позднее чем через десять дней со дня предъявления потребителем соответствующего требования, при этом расходы на осуществление возврата суммы, несет продавец. В других случаях распределение указанных расходов определяется офертой;
- в случае поступления претензии потребителя продавец направляет ему ответ в отношении заявленных

Тренды нормативного регулирования деятельности маркетплейсов



1. Налоговый маневр в ИТ
2. 5-й антимонопольный пакет
3. Законопроект о «классифайдах»
4. Законопроект о цифровых платформах
5. Обратные штрафы за утечки персональных данных
6. Отключение рекомендаций на сайтах
7. Снятие ограничений по дистанционной продаже отдельных товаров
8. Либерализация условий включения программного обеспечения в реестр российского ПО
9. Трансграничная передача персональных данных
10. Внесудебная блокировка сайтов: БАД, табачные изделия, ККТ

**Спасибо
за внимание!**

МИНАЕВ АЛЕКСЕЙ ВЛАДИМИРОВИЧ

Заместитель управляющего директора OZON
Кандидат социологических наук

aleksminaev@ozon.ru