

ФАС: при эффективности механизмов саморегулирования маркетплейсов отпадает необходимость в их регулировании

22 июня 2022, 16:00

В противном случае службе придется задуматься о государственном вмешательстве

В антимонопольное ведомство поступают обращения с жалобами на маркетплейсы как от граждан, так и от предпринимателей. В основном вопросы касаются непрозрачности работы, принудительного участия в акциях, односторонних изменений договорных условий, комиссий, проблем с приемкой, хранением, доставкой и возвратом товаров и т.д. В этой связи служба рекомендует маркетплейсам эффективнее взаимодействовать со своими контрагентами (поставщиками и гражданами) для оперативного разрешения вопросов.

Первые шаги в этом направлении уже предпринимаются. Так, ранее протоколом заседания Экспертного совета при ФАС России утверждены принципы взаимодействия участников цифровых рынков. В феврале текущего года служба и интернет-компании подписали Меморандум о базовых принципах добросовестного поведения на цифровых рынках. Кроме того, 7 июня крупнейшие маркетплейсы и продавцы товаров при поддержке Минпромторга России подписали Стандарты взаимодействия, конкретизирующие общие принципы применительно к маркетплейсам.

Внедрение в практику подписанных стандартов и принципов поможет избежать большинство перечисленных проблем. Документы предусматривают размещение в открытом доступе информации об услугах, комиссиях, требованиях к упаковке, а также соблюдение сроков оферты и ответов на запросы продавцов, разрешение возникающих споров специальной комиссией, отсутствие дискриминации не аффилированных с цифровой платформой лиц.

По мнению антимонопольного ведомства, маркетплейсы – это эффективный, быстрый и удобный способ выхода товара «на полку». Они помогают расширить для потребителя выбор товаров, цен, способов оплаты, условий и скорости доставки. В особенности это актуально с учётом ухода с рынка отдельных иностранных поставщиков, брендированных товаров, а также возникновения рисков сокращения ассортимента и повышения цен. Кроме того, маркетплейсы дают возможность небольшим производителям и поставщикам адресоваться напрямую к людям.

ФАС России будет следить за тем, чтобы положения оферт и условия работы соответствовали и принципам, и стандартам, были размещены в открытом доступе для всех существующих и потенциальных контрагентов. При необходимости служба будет подключаться к решению сложных ситуаций, возникающих на рынке в связи с соблюдением или несоблюдением компаниями принципов, и определять условия конкуренции и равного доступа для компаний.

Справка:

Отсутствие регулирования маркетплейсов при эффективности механизма саморегулирования не распространится на процедуры контроля подлинности, качества и безопасности продукции, установленные для любого вида товаров, включая подтверждение оригинальности товара в рамках таможенного контроля.