

УДК 658.872

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ МАРКЕТПЛЕЙСА

Иванова А.В., студент гр. БЭс-181, I курс

Бельков А.В., к.и.н, доцент

Кузбасский государственный технический университет

имени Т.Ф. Горбачева

г. Кемерово

В XXI в. торговля в интернете – привычное дело, и в настоящее время набирает популярность такое явление, как маркетплейс. Маркетплейс – электронная платформа для торговли, осуществляемой сторонними продавцами. Эта площадка занимается исключительно приемом заказов от покупателей и направлением их продавцу, то есть выполняет посредническую функцию.

Несмотря на то, что маркетплейс не является интернет-магазином, он должен обеспечить соблюдение закона о защите прав потребителей. В случае каких-либо нарушений покупатели часто обращаются в суд с иском к тому, кто продал им товар. А в их понимании это, конечно, маркетплейс, которому приходится доказывать, что он – ненадлежащий ответчик. Анализ ст. 1005 ГК РФ позволяет сделать вывод, что маркетплейс является агентом. Согласно толкованию 52 главы ГК РФ это ограничивает его ответственность, так как он только предоставляет онлайн-площадку продавцу, который и отвечает за совершённые сделки. [1] Однако, 1 января 2019 г. в силу вступил ФЗ «О внесении изменений в Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей». Этим нормативным актом введено понятие «владелец агрегатора информации о товарах (услугах)». На него возложены обязанности по предоставлению потребителю информации. Таким образом, площадка несёт ответственность за её достоверность. [2] В этих условиях ведущие маркетплейсы требуют от своих принципалов (под которыми понимаются продавцы) большое количество документов, подтверждающих финансовую состоятельность и возможность обеспечить потребителя заявленными товарами.

В 2017 г. Центральный Банк РФ совместно с Московской биржей начал разработку собственного маркетплейса. Проект позволит гражданам России дистанционно открывать вклады, получать кредиты, покупать ценные бумаги и пользоваться другими банковскими услугами. [3] Инфраструктура системы будет объединена с платформой для удалённой биометрической идентификации (использование голоса и лица клиента), что позволит перевести услуги финансовых организаций в интернет, и улучшит их доступность.

Маркетплейс объединит:

- электронные платформы, на которых будут взаимодействовать организации и их клиенты;
- поставщиков (банки, страховые и другие финансовые организации);
- регистраторов финансовых транзакций;

- витрины-агрегаторы (интернет-сайты или мобильные приложения, представляющие потребителю ассортимент продукта и всю информацию о нём);
- ботов (онлайн консультантов, которые будут помогать покупателю подобрать нужный ему товар). [3]

Ожидается, что реализация проекта «Маркетплейс» будет выгодна всем его участникам. Для потребителей основные преимущества – свободный доступ в любое время из любой точки страны и расширенный ассортимент. Для Банка России – развитие конкуренции, уменьшение разброса депозитных ставок банков. А для поставщиков финансовых услуг будут выгодны: расширение клиентской базы, сокращение расходов на обслуживание потребителей и аутсорсинг технологических и продающих сервисов. Для развития проекта «Маркетплейс» 18 октября 2018 г. на форуме Finopolis Мосбиржей был заключён договор о сотрудничестве. Его подписали Газпромбанк, банк Уралсиб, Тинькофф банк, Россельхозбанк, а также сайты banki.ru, юником24, сравни.ru.

Запуск финансовой торговой площадки был запланирован на февраль 2019 г., но для её открытия потребовалось внесение поправок в законодательство. Основная проблема – несоответствие законопроекта, регулирующего маркетплейс, закону о биометрической идентификации, ГК РФ и законопроекту о цифровых финансовых активах. Создание маркетплейса требует изменения регулирования деятельности сайтов-агрегаторов, депозитариев, а также регистратора финансовых транзакций. Электронная торговля финансовыми услугами имеет ограничения регулятивного характера. По оценке заместителя председателя правления Совкомбанка Алексея Панферова поправки нужно внести в 20 федеральных законов. Однако основные принципы регулирования должны оставаться неизменными – защита прав потребителей и добросовестная конкуренция. При этом необходимо сохранить главные особенности маркетплейса: скорость, прозрачность и доступность.

На рассмотрении в Государственной Думе находится законопроект «О регулировании электронных платформ», разработанный в 2018 г.

Этот документ:

1. определит правовой статус электронной платформы;
2. установит требования к операторам: размер капитала, обеспечение информационной безопасности, организацию внутреннего аудита и др.;
3. установит порядок заключения договоров между участниками. [4]

Важным фактором при продаже финансовых услуг через интернет является информирование. Востребовано краткое описание представляемого товара или услуги и возможность быстро получить ответы на интересующие его вопросы. Для этого многие сайты используют ботов. Новый законопроект затронет и их работу.

Главное нововведение предлагаемого регулирования – идентификация клиентов. Идентификация будет осуществляться как удалённо, так и при лич-

ном визите в банк. Данные о клиенте будут внесены в Единую систему идентификации и аутентификации, и в дальнейшем откроют доступ ко всем финансовым организациям без повторения данной процедуры. [5]

Пользователям электронных платформ будут обеспечены: сохранность персональных данных, достоверность информации и качество предоставляемых услуг. Поставщики пройдут отбор, критериями которого могут быть: продолжительность профессиональной деятельности, рейтинги, репутация и др. Все операции будут фиксироваться в национальной системе регистрации финансовых транзакций и получат юридическую силу.

Реализация проекта планировалась в 2019-2020 гг., но из-за возникших проблем сроки сдвинулись. Сначала будет запущен «Маркетплейс 1.0» – платформа, которая предоставит пользователям доступ к банковским вкладам. В дальнейшем откроются торговые платформы страховых и кредитных продуктов, появится возможность приобретать акции и облигации, оформлять доверенность и осуществлять другие финансовые операции. [6]

Финансовый обозреватель Forbes Ф. Филина считает маркетплейс одним из главных итогов 2018 г. По её мнению, когда проект заработает, потребителям будет удобно осуществлять различные операции, а банкам и страховым компаниям придётся перестроить бизнес-процессы, чтобы остаться конкурентоспособными. [7]

Развитие маркетплейс способствует повышению уровня доступности и качества финансовых услуг, являющегося одной из целей Стратегии Банка России на период 2018–2020 гг. [8]

Список литературы:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 N 14-ФЗ (ред. от 29.07.2018) (с изм. и доп., вступ. в силу с 30.12.2018) // Собрание законодательства РФ. – 29 января 1996. – № 5. – ст. 410.
2. Федеральный закон от 29.07.2018 № 250-ФЗ «О внесении изменений в Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей» // Собрание законодательства РФ. – 30 июля 2018. – № 31. – ст. 4839.
3. Маркетплейс [Электронный ресурс] / Официальный сайт ЦБ РФ – URL: https://www.cbr.ru/finmarket/market_place/ (Дата обращения: 10.03.2019)
4. ЦБ: для полноценной работы маркетплейса нужно внести поправки в законодательство [Электронный ресурс] / banki.ru – URL: <https://www.banki.ru/news/lenta/?id=10535969> (Дата обращения: 10.03.22019)
5. Маркетплейс и закон [Электронный ресурс] / Банковское обозрение – URL: <https://bosfera.ru/bo/marketpleys-i-zakon> (Дата обращения: 16.03.2019)
6. ЦБ не запустит финансовый супермаркет в запланированные сроки [Электронный ресурс] / РБК – URL: <https://www.rbc.ru/finances/03/12/2018/5c011bb69a79477dfeee3725> (Дата обращения: 16.03.2019)

7. Филина Ф. Семь итогов 2018 года для банков и их клиентов [Электронный ресурс] / Forbes – URL: <https://www.forbes.ru/finansy-i-investicii/370529-sem-itogov-2018-goda-dlya-bankov-i-ih-klientov> (Дата обращения: 16.03.2019)

8. Стратегия Банка России по повышению финансовой доступности в России на период 2018–2020 гг. [Электронный ресурс] / ЦБ РФ – URL: https://www.cbr.ru/Content/Document/File/44105/pres_30032018.pdf