

УДК 366.54

ИССЛЕДОВАНИЕ СОБЛЮДЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА О ЗАЩИТЕ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ НА ПОПУЛЯРНЫХ МАРКЕТПЛЕЙСАХ OZON И WILDBERRIES

Диана Юрьевна Стурова

студент

urasturov@yandex.ru

Павел Николаевич Кузнецов

кандидат технических наук, доцент

pank-77@mail.ru

Мичуринский государственный аграрный университет

г. Мичуринск, Россия

Аннотация. В статье рассмотрены особенности работы маркетплейсов, таких как Ozon и Wildberries и соблюдение законодательства о защите прав потребителей. Отражена ответственность маркетплейсов за качество реализуемых товаров. Установлена, что ответственность за качество товара лежит на всех участниках процесса — как на продавцах, так и на самих маркетплейсах. Определено, что актуальность защиты прав потребителей на современных рынках, особенно в условиях цифровизации, диктует необходимость развития новых подходов и технологий для формирования более эффективных механизмов обеспечения прав и законных интересов граждан.

Ключевые слова: закон, законодательство, техническое регулирование, защита прав потребителей, Ozon, Wildberries.

В условиях стремительного развития электронной торговли и увеличения популярности маркетплейсов, таких как Ozon и Wildberries, вопрос соблюдения законодательства о защите прав потребителей становится особенно актуальным. Эти платформы играют значимую роль в российском e-commerce, предлагая потребителям широкий выбор товаров и услуг. Однако с ростом их популярности возникает необходимость в более тщательном анализе соблюдения прав потребителей, а также в оценке механизмов, обеспечивающих защиту этих прав.

Работа подчеркивает актуальность темы в условиях современного рынка электронной торговли и необходимость создания эффективных механизмов защиты прав покупателей. В работе рассматривается, каким образом применяются нормы закона в сфере интернет-торговли, а также права, предоставляемые покупателям при приобретении товаров на данных платформах. Обращается внимание на ответственность продавцов и маркетплейсов за качество и безопасность товаров. Анализируются случаи нарушений прав потребителей и практика их защиты в юридической плоскости. В ходе исследования мы проанализировали условия обслуживания, политику возврата товаров, систему разрешения споров и отзывы пользователей.

Дистанционная торговля, осуществляемая через маркетплейсы, требует особого регулирования. Современное законодательство не всегда адекватно отражает реалии, с которыми сталкиваются потребители при взаимодействии с такими платформами. Возникает вопрос о правоприменении и ответственности как самих маркетплейсов, так и продавцов, действующих на их базе. Например, согласно одному из исследований, основным аспектом является то, что потребитель часто оказывается незащищённым от недобросовестных практик продавцов, что подчеркивает необходимость правового регулирования их деятельности [1].

Отдельной темой является ответственность маркетплейсов за качество реализуемых товаров. В ситуациях, когда продавец нарушает права покупателя, необходимо четкое понимание, кто несет ответственность за ущерб. Нужно

учитывать законодательные акты, которые касаются товаров и услуг, реализуемых через интернет. В данном контексте важно, что закон прямо предписывает ограничить возможности недобросовестных продавцов, что подчеркивает актуальность исследования норм, касающихся ответственности таких платформ. [2]

Реализация товаров через маркетплейсы также сопряжена с повышенными рисками для прав потребителей. Например, согласно статье о реализации продукции через интернет, существует вопрос о свободе выбора покупателя и его праве на возврат ненадлежащего товара. Потребители должны быть уверены в том, что они могут вернуть товар, если он не соответствует заявленным характеристикам. Это требование важно с точки зрения законодательного регулирования, однако на практике часто возникают трудности с осуществлением таких прав [3].

Нормативная база защиты прав потребителей в России нуждается в повышении своей эффективности с учетом новых реалий. Необходимы меры, которые позволят улучшить систему правоприменения, связанные с обслуживанием клиентов на маркетплейсах, особенно в вопросах возврата товаров и разбирательства споров [4].

Система защиты прав потребителей на таких платформах должна исходить из принципа, что ответственность за качество товара лежит на всех участниках процесса — как на продавцах, так и на самих маркетплейсах. Договора купли-продажи, заключаемые через интернет, также требуют более четкого определения условий и оформления, чтобы исключить возможность злоупотреблений и неясности в правовых вопросах [5].

Анализ существующей правоприменительной практики показывает, что необходимо не только более строгое законодательное регулирование, но и развитие системы саморегулирования маркетплейсов. Это создание эффективных механизмов для разрешения споров, обеспечения прозрачности и улучшения взаимодействия между покупателями и продавцами [1]. Потребители

должны получать более качественный сервис, в том числе и право на быструю обратную связь и услуги по возврату и обмену товаров. Важно учитывать, что именно доступность информации о товарах и условиях их приобретения играют ключевую роль в обеспечении потребительских прав [3]. Расширение прав потребителей при проведении онлайн-транзакций может стать важным шагом к повышению доверия со стороны покупателей, что, в свою очередь, будет способствовать дальнейшему развитию электронной торговли в России и улучшению позиций маркетплейсов на рынке [2].

Законодательство о защите прав потребителей в Российской Федерации основано на Законе о защите прав потребителей, принятой 7 февраля 1992 года. Этот закон поставил правовую основу для защиты интересов граждан в условиях развивающегося рынка. Изначально созданный в условиях перехода к рыночной экономике, он стал отражением потребности в регулировании отношений между продавцами и потребителями, которые ранее обеспечивались только гражданским законодательством [6]. Законодательство о защите прав потребителей в РФ, принятое 7 февраля 1992 года, стало основой регулирования отношений между продавцами и потребителями в условиях рыночной экономики. Закон претерпел изменения в 1996, 1999 и 2004 годах, уточняя нормы и согласуясь с Гражданским кодексом. Потребители имеют право на информацию, безопасность и качество товаров, а продавцы обязаны обеспечивать эти требования. Однако на практике возникают трудности: недостаточность правового обеспечения, сложности в разрешении споров, особенно на маркетплейсах (Ozon, Wildberries), где контроль качества затруднен. Многие потребители не знают своих прав или не умеют их защищать. В условиях цифровизации необходимы новые подходы, такие как электронные механизмы взаимодействия и автоматизированные системы разрешения споров. Также важно внедрить системы контроля за продавцами и обратной связи от покупателей для минимизации нарушений. Это позволит повысить уровень

защиты прав потребителей в условиях динамичного рынка и роста интернет-торговли.

Среди ключевых моментов современной законодательной базы о защите прав потребителей можно выделить понятия прав и обязанностей сторон – как потребителей, так и продавцов. Потребитель имеет право на получение информации о товаре или услуге, а также на безопасный и качественный продукт. Продавцы, в свою очередь, обязаны предоставлять такую информацию и нести ответственность за качество своих товаров [8]. Однако, несмотря на существующие нормы, практика показывает, что многие потребители сталкиваются с трудностями при отстаивании своих прав, что указывает на неэффективность некоторых механизмов защиты. Основные трудности на практике включают недостаточность правового обеспечения и отсутствие четких процедур для разрешения споров. Это создает пробелы, которые могут быть использованы недобросовестными продавцами, особенно на таких платформах, как маркетплейсы, где множество продавцов и не всегда возможно проследить за качеством товаров. К тому же, не все пользователи знают о своих правах или как их эффективно защитить, особенно при покупке через интернет-магазины, такие как Ozon и Wildberries [9].

Актуальность защиты прав потребителей на современных рынках, особенно в условиях цифровизации, диктует необходимость развития новых подходов и технологий для формирования более эффективных механизмов обеспечения прав и законных интересов граждан. Применение таких технологий, как электронные механизмы взаимодействия и системы автоматизированного разрешения споров, могло бы значительно упростить процесс обращения за защитой прав потребителя [10].

Ключевым аспектом является и тот факт, что покупатели зачастую не осведомлены о своих правовых возможностях при возврате или обмене товара. В этом контексте правовая культура потребителей остается на недостаточно

высоком уровне, что приводит к тому, что многие не знают, как справедливо обратиться в защиту своих прав.

Для повышения уровня защиты прав потребителей необходимо юридическое регулирование, которое должно учитывать динамично меняющийся рынок электронной коммерции. Регулирование должно включать в себя формулирование обязательств маркетплейсов по обеспечению качества товаров, а также поддержку потребителей в их правовых требованиях в случае нарушений. Исследования показывают, что эффективное правовое регулирование необходимо для минимизации рисков, с которыми сталкиваются потребители, особенно в условиях бизнеса, работающего в формате дистанционной торговли [2].

При изучении механизмов защиты прав потребителей становится очевидным, что пандемия COVID-19 оказала значительное влияние на онлайн-коммерцию. Рост интереса к интернет-покупкам подтолкнул маркетплейсы адаптировать свои модели бизнеса, что, в свою очередь, требует пересмотра их юридической базы. В условиях удаленной торговли важно учитывать изменение потребительских запросов и адаптировать стратегии управления соответственно [10]. Составляя сравнительный анализ сложившихся практик, следует отметить, что несмотря на похожесть платформ в предоставляемых условиях, правовые различия требуют специализированного изучения и улучшений. В первой половине 2023 года обострились споры о роли маркетплейсов, включая Wildberries, в защите прав потребителей. Проблемы связаны с возвратом товаров, недостаточной информацией о качестве продукции и неясными условиями договоров. Wildberries управляет публичным договором, но в спорах о возврате ненадлежащего товара часто занимает позицию посредника, что затрудняет защиту прав потребителей. Законодательство недостаточно учитывает специфику маркетплейсов, размывая ответственность между платформой и продавцом. Недостаточная информированность о возврате и отказы в нём часто становятся предметом судебных разбирательств.

Потребители сталкиваются с нечёткими формулировками в договорах, что нарушает закон о защите их прав. Многие не знают, куда обращаться за помощью, а отсутствие чётких правил взаимодействия приводит к неэффективному рассмотрению исков. Для улучшения ситуации в цифровой экономике необходимо адаптировать законодательство, установить чёткие рамки ответственности платформ и продавцов, создать единую базу жалоб и обязать маркетплейсы предоставлять полную информацию о товарах и условиях возврата. Анализ негативных отзывов на платформах Ozon и Wildberries выявил основные проблемы: задержки доставки, несоответствие сроков поставки заявленным, несоответствие качества товара описанию на сайте, а также сложности с возвратом и обменом. Эти факторы негативно влияют на потребительский опыт и подрывают доверие к платформам. Отзывы служат важным индикатором уровня удовлетворённости покупателей и качества услуг [5]. Wildberries также сталкивается с схожими требованиями со стороны потребителей. Часто упоминаются случаи некомплектности заказов, когда недостающие товары не включаются в пакет, а также халатное отношение к упаковке. Это приводит к повреждению товаров при доставке. Кроме того, жалобы касаются качества поддержки клиентов, где пользователи сообщают о долгом ожидании ответов на свои запросы, что говорит о недостаточной эффективности обработки обращений [1].

Обобщая, можно выделить несколько фундаментальных проблем, которые возникают на обеих платформах. В первую очередь, это высокие ожидания потребителей, негативные отзывы оставленных пользователей о которых касаются как самого сервиса, так и продавцов. Пользователи отмечают, что им не хватает прозрачности в отношении ответственности за товары, так как часто товарами управляют различные продавцы. Это создает путаницу и неопределенность в случае возникновения проблем [6]. Эмоциональный компонент отзывов тоже вызывает интерес. Многие покупатели выражают свое недовольство и разочарование с помощью ярких выражений и сравнений, что

указывает на важность эмоционального аспекта в процессе покупок. В частности, такие отзывы становятся более распространенными в случаях, когда покупатель сталкивается с нечестными или непрофессиональными продавцами. В таких случаях, клиенты склонны принижать общую репутацию платформы, даже если они перекрывают свой негативный опыт определенными положительными аспектами [7]. Качество отзывов играет критическую роль для будущих клиентов. Исследования показывают, что наличие отрицательных комментариев может иногда повысить доверие к товару, что связано с естественной склонностью потребителей к критическому мышлению. Тем не менее, большое количество негативных отзывов может вызвать опасения у потенциальных покупателей [8].

Таким образом, анализ отзывов потребителей не только отражает текущее состояние дел с защитой потребительских прав, но и может служить индикатором будущих тенденций в поведении покупателей на маркетплейсах. В условиях высокой конкурентности потребители становятся более требовательными, и как Ozon, так и Wildberries должны учитывать важность качественного сервиса и поддержки для улучшения своего имиджа. Негативные отзывы могут оказывать значительное влияние на восприятие платформы, поэтому необходимость в том, чтобы компании активно заботились о своих клиентах и своевременно реагировали на их проблемы, становится более чем очевидной.

Повышение защиты прав потребителей на маркетплейсах, таких как Ozon и Wildberries, требует совершенствования законодательства в сфере онлайн-торговли. Неэффективность существующих норм является ключевой проблемой. Для улучшения ситуации необходимо внести изменения в законы, чтобы они более четко регулировали права потребителей в интернете. Более строгие нормы создадут условия для уверенного оформления покупок и защиты интересов потребителей.

Важно усилить просвещение потребителей, повышая их осведомленность о правах в онлайн-торговле. Необходимо предоставить доступ к информации о защите прав при дистанционных покупках, включая возврат товара и подачу жалоб. Образовательные программы и информационные кампании помогут повысить юридическую грамотность пользователей.

Для улучшения защиты прав потребителей необходимо создать простую и доступную систему рассмотрения споров, позволяющую быстро решать проблемы с товарами. Платформы должны обеспечивать прозрачность, предоставляя полную информацию о товарах, условиях возврата и гарантиях. Улучшение кибербезопасности, включая защиту личных данных и использование безопасных платежных систем, повысит доверие потребителей. Создание платформ для обратной связи позволит пользователям делиться опытом и предупреждать о рисках, способствуя развитию ответственного потребления. Платформы должны сотрудничать с онлайн-рынками, разрабатывая внутренние правила для защиты прав потребителей. Также важно увеличить доступность правозащитных организаций, привлекая независимых юристов и правозащитников для помощи в разрешении конфликтов. Все предложенные меры способны создать более безопасные и справедливые условия для онлайн-покупок, повысив уровень доверия и удовлетворенности потребителей на маркетплейсах.

Таким образом, исследование соблюдения закона о защите прав потребителей на маркетплейсах Ozon и Wildberries показало, что, несмотря на наличие законодательной базы и определенных механизмов защиты, существует множество проблем, требующих решения. В условиях современного рынка электронной торговли необходимо продолжать работу над улучшением защиты прав потребителей, чтобы обеспечить их безопасность и удовлетворенность при совершении покупок в интернете.

Список литературы:

1. Васильева А.В. Проблема соблюдения прав потребителей в условиях дистанционной торговли через маркетплейсы // Вестник Сибирского института бизнеса и информационных технологий. 2024. №1.
2. Головченко О.Н. Ответственность маркетплейсов за нарушение законодательства о защите прав потребителей // Правовое регулирование экономической деятельности. 2023. №4.
3. Колесниченко О.В., Панкратова Д.В. Реализация товаров через маркетплейсы: проблемы осуществления и защиты прав потребителей // Национальная безопасность / nota bene. 2024. №3.
4. Высогурская Т.В. Правовое регулирование маркетплейсов: на примере вайлдберриз // Время науки – The Times of Science. 2023. №4-1.
5. Савоськин А.В., Фликов И.И. Ответственность владельца агрегатора и продавца перед потребителем по договору купли-продажи на маркетплейсе // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета. 2023. №3 (67).
6. Озыкова Ц.И. Защита прав потребителя по законодательству Российской Федерации // Мировая наука. 2022. №11 (68).
7. Носкова Ю.А. История развития законодательства о защите прав потребителей в России // Инновационная наука. 2022. №1-2.
8. Плахова Е.С. Защита прав потребителей в России: административно-правовой аспект // Наука. Общество. Государство. 2020. №3 (31).
9. Казакова Е.Б. Структура и особенности законодательства о защите прав потребителей на современном этапе развития рыночных отношений // Наука. Общество. Государство. 2021. №4 (36).
10. Шульга А.К. Источники правового регулирования защиты прав потребителей в Российской Федерации: общая характеристика // Общество и право. 2018. №2 (64).

UDC 366.54

**STUDY OF COMPLIANCE WITH CONSUMER PROTECTION
LEGISLATION ON POPULAR MARKETPLACES OZON AND
WILDBERRIES**

Diana Yu. Sturova

student

urasturov@yandex.ru

Pavel N. Kuznetsov

candidate of technical sciences, associate professor

pank-77@mail.ru

Michurinsk State Agrarian University

Michurinsk, Russia

Annotation. The article deals with the peculiarities of the work of marketplaces such as Ozon and Wildberries and compliance with the legislation on consumer protection. The responsibility of marketplaces for the quality of sold goods is reflected. It is established that the responsibility for the quality of goods lies on all participants of the process - both sellers and marketplaces themselves. It is determined that the relevance of consumer rights protection in modern markets, especially in the conditions of digitalization, dictates the need to develop new approaches and technologies for the formation of more effective mechanisms to ensure the rights and legitimate interests of citizens.

Keywords: law, legislation, technical regulation, consumer protection, Ozon, Wildberries.

Статья поступила в редакцию 20.03.2025; одобрена после рецензирования 20.06.2025; принята к публикации 30.06.2025.

The article was submitted 20.03.2025; approved after reviewing 20.06.2025; accepted for publication 30.06.2025.