

<https://doi.org/10.47361/2542-0259-2020-4-24-50-51>

ISSN: 2542-0259

© Российское конкурентное право
и экономика, 2020

Комментарий к статье «Ретейл против маркетплейса»¹

Гуленков М.С.,

кандидат юридических наук, преподаватель РЭУ им. Г.В. Плеханова,
начальник отдела торговли Управления контроля социальной сферы,
торговли и непроеизводственных услуг ФАС России,
117997, Россия, г. Москва, Стремянный пер., д. 36,
125993, Россия, г. Москва, ул. Садовая-Кудринская, д. 11

Comment on the Article “Retail vs. Marketplace”²

Mikhail S. Gulenkov,

candidate of law, trainer Plekhanov Russian University of Economics,
Head of Trade Division, Social, Trade and Non-Production Services
Control Department FAS Russia,
Stremyanny lane, 36, Moscow, 117997, Russia,
Sadovaya-Kudrinskaya str., 11, Moscow, 125993, Russia

Актуальность изучения взаимодействия традиционного ретейла и хозяйствующих субъектов, реализующих продукцию через маркетплейс, сегодня во многом определяется тем влиянием на тенденции развития интернет-торговли, которое оказывает сегодня на мировую и российскую экономику распространение новой коронавирусной инфекции, вызванной 2019-nCoV.

Автором статьи обоснованно выделены проблемы, обусловленные особенностями положения на товарном рынке хозяйствующих субъектов, осуществляющих розничную торговлю посредством онлайн-платформ и традиционного ретейла.

Вместе с тем большего внимания заслуживает тот факт, что особенности антимонопольного регулирования деятельности торговых сетей, осуществляющих розничную реализацию продовольственных товаров, а также особенности их (в первую очередь крупнейших, так называемых федеральных торговых сетей) положения на рынке делают неприменимыми некоторые из рассмотренных автором подходов к разрешению противоречий между ретейлом и маркетплейсом, осуществляющим розничную торговлю продовольствием.

Антимонопольные требования к торговым сетям, осуществляющим розничную реализацию продовольственных товаров, и к поставщикам продовольственных товаров установлены в том числе ст. 13 Федерального закона от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах

¹ Настоящий комментарий отражает личное мнение автора.

² This comment reflects the author's personal opinion.

государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» (далее — Закон о торговле).

Пункт 6 ч. 1 ст. 13 Закона о торговле устанавливает запрет для торговых сетей, осуществляющих розничную реализацию продовольственных товаров, и поставщиков продовольственных товаров на заключение договора, содержащего условие о возврате поставщику продовольственных товаров, на которые срок годности установлен до тридцати дней включительно, либо о замене товаров на такие же товары, либо о возмещении их стоимости, за исключением случаев, если иное допускается или предусмотрено законом.

Соответственно, описанный автором подход, заключающийся в том, что при поставках одним и тем же поставщиком одного и того же товара ретейлу и маркетплейсу ретейл, в случае установления маркетплейсом заниженных розничных цен на товар, может вступить в переговоры с поставщиком с целью возврата товаров, неприменим к взаимоотношениям субъектов торговли продовольственными товарами, поскольку подобные действия могут привести к нарушению п. 6 ч. 1 ст. 13 Закона о торговле.

Кроме того, значительная часть приведенных автором способов решения проблем во взаимоотношениях между ретейлом и маркетплейсом исходит из наличия у поставщика товаров или дистрибьютора доминирующего либо условно доминирующего положения, в связи с чем ретейл находится в состоянии рыночной зависимости от него.

Специфика рынка торговли продовольственными товарами заключается в том, что в подавляющем большинстве случаев поставщики продовольственных товаров находятся в состоянии рыночной зависимости от торговых сетей (данная проблема особенно актуальна для поставщиков скоропортящихся продовольственных товаров).

При этом антимонопольные требования к участникам рынка торговли продовольственными товарами, установленные в том числе ст. 13 Закона о торговле, закрепляют для торговых сетей и поставщиков запрет на совершение определенных действий и не предусматривают необходимости установления факта наличия у хозяйствующего субъекта доминирующего положения.

Таким образом, описанные автором проблемы, связанные с доминированием либо условным доминированием поставщиков, в частности с установлением для ретейла рекомендованных розничных цен, навязыванием со стороны поставщика невыгодных условий договора, не представляются актуальными применительно к рассмотрению вопросов взаимоотношений ретейла и маркетплейса в случае осуществления ими торговли продовольственными товарами.

Поскольку изучение данной проблематики имеет большое значение для поддержания баланса интересов участников рынка розничной торговли, считаем полезным проведение углубленного исследования взаимоотношений ретейла и маркетплейса, осуществляющих розничную торговлю продовольственными товарами. ■