**Маркетплейсам хотят запретить завышать цены и навязывать условия договоров**

70 процентов россиян посещают интернет-торговые площадки — маркетплейсы.  Чаще всего это люди от 35 до 54 лет. В среднем на покупку они тратят 20 минут, а самые популярные товары на маркетплейсах — это кофе и детское питание. Такие данные в 2021 году привела  исследовательская компания Mediascope. До сих пор цифровые рынки были предоставлены сами себе. По новым правилам сделки на них хотят контролировать, а за нарушение правил — наказывать. Соответствующий законопроект Правительство внесло в Госдуму 7 июля.

В закон о конкуренции добавят новую статью  
Внесенный документ дополняет закон о защите конкуренции статьей 10.1, запрещающей монопольную деятельность лицам, которые используют в Интернете программы для заключения сделок продавцов и покупателей. К таким, например, относятся сервисы онлайн-заказов такси или маркетплейсы — интернет-площадки, на которых продают не собственные товары, а товары третьих лиц, в итоге покупатель может посмотреть сразу несколько предложений и сравнить цены.

Как следует из самой десятой статьи закона о конкуренции, запрещенной монополистической деятельностью являются: установление монопольно высокой или монопольно низкой цены товара, изъятие товара из обращения для повышения его цены,  навязывание контрагенту невыгодных условий договора и так далее.

Нормы законопроекта все это запрещают и маркетплейсам. Однако под новые правила попадут не все платформы, а, как следует из текста законопроекта, только крупные, то есть те, чья выручка за последний год превысила два миллиарда рублей.

Также вводится новое условие контроля за сделками на цифровых рынках: если стоимость превышает семь миллиардов рублей, такая сделка должна быть согласована с ФАС.

Сколько зарабатывают «СберМаркет» и «Яндекс.такси»  
В последнее время маркетплейсами пользуется все больше людей, через них реализуется значительная часть товаров, сказал «Парламентской газете» генеральный директор агентства TelecomDaily Денис Кусков.

«Поэтому внимание к таким сервисам со стороны государства оправданно», — отметил он.

Предложенные меры защитят интересы миллионов россиян, которые ежедневно пользуются сервисами доставки товаров или заказа такси, анонсировал вносимый законопроект на заседании кабмина 7 июля премьер-министр Михаил Мишустин.

Так, по данным Сбербанка, число заказов на сервисе «СберМаркет» в 2021 году выросло в четыре раза — до 24 миллионов, а оборот сервиса увеличился в три раза и достиг 58,6 миллиарда рублей.

О работе приложения «такси» в прошлом году впервые отчитался «Яндекс». По данным компании, только за второй квартал 2021 года оборот вырос на 161 процент и достиг 134,9 миллиарда рублей. Такую выручку агрегатору сделали пассажиры из России и еще 16 стран, где действует сервис.

Принудительные черные пятницы  
Включение маркетплейсов и агрегаторов в закон о защите конкуренции позволит выявлять антирыночные действия и картельные соглашения среди крупных интернет-платформ, считает премьер-министр.

Антимонопольщики сегодня достаточно хорошо борются с картельными сговорами в офлайне, при этом в онлайне для этого у них недостаточно инструментария, прокомментировал инициативу «Парламентской газете» сопредседатель Союза потребителей России по цифровой сфере и международным связям Алексей Койтов.

Вносимый пакет законов как раз и дает ФАС необходимые инструменты, сказал эксперт. Пока этого нет, те же маркейплейсы, по сути, сами решают, что продавать, кому продавать и по какой цене.

«Взять те же черные пятницы: хочешь не хочешь, продавец обязан участвовать в таких акциях, иначе его просто отключат от площадки. А это как раз и есть классическое манипулирование рынком», — отметил Койтов.

По мнению Михаила Мишустина, высказанному на заседании кабмина 7 июля, предложенные поправки помогут и начинающим предпринимателя — они получат больше возможностей для равной конкуренции в Интернете даже с очень большими компаниями.

Однако с этим согласны не все эксперты. Новые правила распространяются только на транзакционные сервисы — агрегаторы и маркетплейсы, сказал «Парламентской газете» зампред Комитета Госдумы по экономической политике Станислав Наумов (ЛДПР).

«При этом именно нетранзакционные сервисы — поиск, соцсети и так далее — аккумулируют данные о потребителях, формируют их предпочтения и являются «окном входа» к платным сервисам, оказывая влияние на множество смежных рынков», — отметил депутат.

В итоге такое асимметричное регулирование транзакционных и нетранзакционных сервисов станет административным барьером для развития национальных агрегаторов и маркетплейсов.

«Кроме того, инициатива создает неравные условия для российских компаний, сдерживая конкуренцию профильных транзакционных сервисов против смешанных систем, так как последние получают регуляторное преимущество», — добавил он.

Ожидается, что новые антимонопольные правила заработают с марта 2023 году Отсрочка нужна, чтобы участники интернет-индустрии подготовились и исправили нарушения, если они есть, сказал Мишустин.

[**Парламентская газета**](https://www.pnp.ru/economics/marketpleysam-khotyat-zapretit-zavyshat-ceny-i-navyazyvat-usloviya-dogovorov.html)