

Воронин Иван Владимирович

магистр, техник-программист

ФГБУ «НИИ статистики Росстата»

г. Москва

DOI 10.31483/r-153431

ПРОБЛЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ СБОРА СТАТИСТИЧЕСКИХ ДАННЫХ О ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАРКЕТПЛЕЙСОВ

***Аннотация:** автор статьи отмечает, что развитие маркетплейсов как направления организации взаимодействия различных контрагентов важно в современных условиях для каждой экономики. В традиционном представлении маркетплейс ассоциируется в большинстве случаев с организациями, предоставляющими услуги в области сектора торговли. Последнее предопределяет достаточно узкое требование к текущим статистическим программам, организуемым по данному направлению. Предложено выделять профильные цифровые платформы (маркетплейсы) и рассмотрено два основных варианта реализации сбора данных по ним – через внесение дополнений в уже действующие формы федерального статистического наблюдения и развитие административных источников данных на межведомственном уровне.*

***Ключевые слова:** информационные технологии, маркетплейс, цифровая платформа, статистика, мониторинг.*

Маркетплейсы являются неотъемлемой частью современной повседневной жизни каждого человека. В настоящее время понятие маркетплейс ориентировано преимущественно на отражение предоставления услуг в области торговли, где под ним понимается «онлайн-платформа владельца агрегатора в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», позволяющая потребителю одновременно ознакомиться с предложением продавца товаров о заключении договора купли-продажи товара, заключить с продавцом товаров договор купли-продажи, а также произвести оплату указанного товара путем наличных расчетов либо перевода денежных средств владельцу агрегатора в рамках применяемых

форм безналичных расчетов» [1]. Соответствующее определение, с одной стороны, носит емкий характер, но другой – не позволяет выделить дополнительные признаки, например, характерные для аналогичных цифровых платформ, предоставляющих схожие услуги, но только в государственном секторе или в каком-то отдельном профильном виде экономической деятельности [2; 3].

Такой подход приводит к тому, что на государственном уровне в направлении маркетплейсов формируется определенный разрозненный информационный поток данных.

Для маркетплейсов, осуществляющих деятельность в сфере торговли утверждена форма 1-маркетплейс (краткая) [4]. Другой сбор сведений по цифровым платформам, сопоставимым по своему функционалу с маркетплейсами, но решающими задачи в иных видах экономической деятельности, осуществляется по форме №3-информ (профильный раздел об использовании цифровых платформ для предоставления услуг (Раздел 14. Электронные продажи товаров (работ, услуг) в отчетном году)) [5]. Распределение структуры пользователей услуг «маркетплейсов» по видам экономической деятельности в 2024 г. представлено в таблице 1 [6].

Таблица 1

Распределение организаций, осуществлявших продажи товаров (работ, услуг) по Интернету на основании данных формы №3-информ за 2024 год (по отдельным видам экономической деятельности), единиц

Наименование вида экономической деятельности		Число организаций, всего	из них осуществлявших продажи через:		
			веб-сайт	специал. моб. прил.	маркетплейсы
А	В	1	2	3	4
Применение информационных и коммуникационных технологий по видам экономической деятельности	114.АГ	98 716	57 297	25 442	33 241
из них:					

Сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство	A	2 070	711	323	522
Добыча полезных ископаемых	B	843	378	111	241
Обрабатывающие производства	C	8 460	4 281	1 036	2 804
Обеспечение электрической энергией, газом и паром; Кондиционирование воздуха	D	1 495	765	229	381
Водоснабжение; Водоотведение, Организация сбора и утилизации отходов, деятельность по ликвидации загрязнений	E	1 055	510	216	285
Строительство	F	2 323	1 008	339	681
Торговля оптовая и розничная; Ремонт автотранспортных средств и мотоциклов	G	27 965	17 749	10 780	13 913
Транспортировка и хранение	H	4 458	2 545	1 396	1 192
Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания	I	1 557	999	709	652
Деятельность в области информации и связи	J	5 554	3 873	1 318	1 441
Деятельность финансовая и страховая	K	6 504	5 210	2 521	1 743
Деятельность по операциям с недвижимым имуществом	L	2 516	1 099	437	599
Деятельность профессиональная, научная и техническая	M	6 614	3 322	1 045	1 526
Деятельность административная и сопутствующие дополнительные услуги	N	2 186	1 003	415	568
Государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное обеспечение	O	9 512	4 547	1 756	2 507
Деятельность в области здравоохранения и социальных услуг	Q	6 076	3 596	1 007	1 530
Деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений	R	8 688	5 124	1 705	2 453

Из данных таблицы 1 можно отметить, что по направлению «маркетплейс», включающему также иные «цифровые платформы», применяемые для оказания услуг, в секторе торговли (Раздел G ОКВЭД2) применяют данное направление

всего 13913 единицы, что составляет 41,85% от общего числа организаций-пользователей. Профильные (специализированные) маркетплейсы, ориентированные на оказание услуг в отдельных сегментах, сфокусированы, например, на решении вопросов, связанных с направлением «Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания» (Раздел I ОКВЭД2), требуют с позиции обеспечения корректного государственного регулирования/сопровождения, последующей реализации мер по развитию их государственной поддержки, профильных программ на различных уровнях, решение задачи по организации статистического наблюдения за ними. Аналогичное справедливо и для организаций других видов экономической деятельности.

Общий механизм первичной реализации таких профильных программ статистического наблюдения может быть реализован в следующей последовательности.

1. Определяется профильный(-ые) государственный(-ые) орган(-ы), который(-ые) представляется целесообразным определить в качестве координатора(-ов) по вопросам подготовки «дорожной программы» для организации статистического наблюдения за различными (отраслевыми) цифровыми платформами (маркетплейсами). С позиции ведомственной статистики здесь может являться Минцифры России, а узкоспециализированных отраслевых маркетплейсов – Минпромторг России. В первом случае (Минцифры России) в дополнение к тем показателям, которые уже представлены в форме федерального статистического наблюдения №3-информ [5], может предложить более развернутый перечень показателей/индикаторов, отражающих результаты применения цифровых платформ. Минпромторг России и иные органы государственной власти, учитывая специфику деятельности их юридических лиц, пользователей такого рода цифровых платформ, могут внести свои дополнения/предложения в части профильных показателей/индикаторов, связанных с этим направлением.

2. Разрабатываются предложения по наиболее типовым показателям цифровых платформ (маркетплейсов). Решение соответствующей задачи требует:

– обобщение сведений об уже имеющихся информационных ресурсах, применяющихся в организациях различных видов экономической деятельности для

последующего выделения из них первичных цифровых платформ (маркетплейсов). Именно данная первичная совокупность информационных ресурсов, которую в последующем предполагается отнести к профильным (тематическим/отраслевым) цифровым платформам (маркетплейсам) должна будет на следующем шаге рассмотрена в соответствии с определенным регламентом для включения в определенный список (реестр) [7];

– разработка регламента, определяющего порядок их включения/исключения и (или) внесения изменений в единый список цифровых платформ (маркетплейсов). Учитывая, что цифровые платформы (маркетплейсы) кроме технических аспектов, также несут определенные экономические, решение вопросов, связанных с подготовкой такого рода регламента на межведомственном уровне должно осуществляться в контексте с Минэкономразвития РФ. Предварительно, Минэкономразвития РФ установило требование к такого рода цифровым платформам для включения в реестр – минимальное количество аудитории на соответствующих площадках – 100 000 человек в год, а количество партнеров, которые совершили хотя бы одну транзакцию, – не менее 10 000 [8]. Обозначенная модель больше ориентирована на первичные маркетплейсы в сфере торговли и может потребовать определенной дополнительной настройки для других видов экономической деятельности;

– для цифровых платформ, учитывая предложения от Минцифры России, Минпромторга России, других государственных органов власти и заинтересованных сторон, формируется перечень показателей для цифровых платформ, учитывающий их отраслевую специфику применения.

3. проводится согласование со всеми заинтересованными сторонами итоговой системы показателей по рассматриваемому направлению. Дальнейшая интеграция показателей может осуществляться несколькими возможными вариантами [9–12]. Первый вариант предполагает, что развитие программы статистического наблюдения реализуется посредством внесения дополнений в текущую форму федерального статистического наблюдения №3-информ. Обозначенные

дополнения предполагают выделение в данной форме отдельного раздела по обозначенному направлению, который должны будут заполнять только организации, являющиеся пользователями цифровых платформ или их администраторами (собственниками). Второй вариант – ориентирован на развитие административных данных, допускающий накопление сведений о деятельности профильных отраслевых цифровых платформ у разных органов государственной власти. В последнем случае потребуется решение задачи, связанной с подготовкой объединенного (сводного) документа, отражающего конечные результаты развития цифровых платформ за определенный отчетный период.

Обобщая вышеизложенное, необходимо отметить, что маркетплейс (цифровая платформа) для современной торговли не ограничивается только направлением, связанным с торговлей (Раздел G ОКВЭД2), где доминируют ограниченное число юридических лиц, предоставляющих услуги в данном направлении. С позиции статистического анализа, маркетплейс в рамках формы 3-информ рассматривается значительно шире и включает также профильную цифровую платформу, через которую они могут предоставлять свои товары/услуги по другим видам экономической деятельности (учитывая их отраслевые признаки). Изучение формы №3-информ позволяет сделать вывод, что кроме традиционных маркетплейсов (Озон, Вайлдберриз и т. п.), представляется целесообразным также более предметное изучение профильных/отраслевых. Решение последней задачи представляется возможным посредством внесения дополнений в действующую форму №3-информ (при условии расширения текущей федеральной программы статистического наблюдения в данном направлении) или через развитие новых подходов к формированию административных источников данных.

Список литературы

1. Протокол Комиссии по созданию условий саморегулирования в электронной торговле в РФ «Об утверждении Стандартов по взаимодействию маркетплейсов с владельцами пунктов выказа заказов» от 03.10.2023 №15-381 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_459916/ (дата обращения: 10.10.2025).

2. Губанов А.Ю. Правовое регулирование интеграции механизма «Маркетплейс» в научно-технологической сфере России / А.Ю. Губанов // Особенности и перспективы социально-экономического развития российской федерации в условиях экономических санкций: сб. ст. по итогам 2-й Междунар. науч.-практ. конф. – М., 2023. – С. 19–24. EDN AWGHSD
3. Губанов А.Ю. Отечественный опыт развития маркетплейсов в государственной сфере / А.Ю. Губанов // Наука в инновационном процессе: материалы III Междунар. науч.-практ. конф. – М., 2024. – С. 63–70. EDN UIBXWE
4. Приказ Росстата «Об утверждении годовой формы федерального статистического наблюдения № 1-маркетплейс (краткая) «Сведения о деятельности маркетплейсов» и указаний по ее заполнению» от 24.04.2024 №163 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=497632&dst=100131&cacheid=93B96FCA2E53177E6AB1247E0577E78B&mode=splus&rnd=xBpRd8VuaiUR0NJ4#hTyVd8VmVjJlfO76> (дата обращения: 24.09.2025).
5. Приказ Росстата «Об утверждении форм федерального статистического наблюдения и указаний по их заполнению для организации федерального статистического наблюдения за деятельностью в сфере образования, науки и инноваций» от 28.07.2025 №364 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=523537&dst=106919&cacheid=93DFD3D9DE01AD8C70B55F5B2A07C493&mode=splus&rnd=xBpRd8VuaiUR0NJ4#BmWYd8VCsdiE8BTh> (дата обращения: 28.09.2025).
6. Форма федерального статистического наблюдения № 3-информ за 2024 год // Росстат [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rosstat.gov.ru/statistics/science#> (дата обращения: 15.12.2025).
7. Губанов А.Ю. Актуальные вопросы формирования реестра маркетплейсов / А.Ю. Губанов // Инновации. – 2022. – №3(281). – С. 36–42. DOI 10.26310/2071-3010.2022.281.3.005. EDN BVNKKF

8. Реестр цифровых платформ будет запущен ко 2 ноября 2026 года // Ведомости [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2026/01/15/1169365-reestr-tsifrovih-platform-budet-zapuschen> (дата обращения: 15.12.2025).

9. Губанов А.Ю. Актуальные вопросы статистического наблюдения за деятельностью маркетплейсов / А.Ю. Губанов // Инновации. – 2021. – №10(276). – С. 50–53. DOI 10.26310/2071-3010.2021.276.10.009. EDN TKCHJF

10. Губанов А.Ю. Об отдельных аспектах формирования альтернативных источников данных для развития системы статистических показателей в научно-технической сфере / А.Ю. Губанов // Наука в инновационном процессе: материалы IV Междунар. науч.-практ. конф. – М., 2025. – С. 56–66. EDN JMDMSE

11. Губанов А.Ю. Перспективные подходы к организации статистического учета итогов торговли, осуществляемой с использованием сервисов маркетплейсов / А.Ю. Губанов // Особенности и перспективы Социально-экономического развития Российской Федерации в условиях экономических санкций: сб. ст. по итогам Междунар. науч.-практ. конф. – М., 2022. – С. 23–25. EDN PPAAFZ

12. Губанов А.Ю. Зарубежный опыт разработки «Паспортов качества статистических показателей» / А.Ю. Губанов // Современные тренды управления, экономики и предпринимательства: от теории к практике: сб. материалов Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием. – Ульяновск, 2023. – С. 61–65. DOI 10.31483/r-108642. EDN SXAXAI