

Русакова Кристина Владимировна

преподаватель

Красноярский филиал ФГОБУ ВО «Финансовый университет

при Правительстве Российской Федерации»

г. Красноярск, Красноярский край

ПРАВОВЫЕ ВОПРОСЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ ПЛАТФОРМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ

***Аннотация:** стремительное развитие электронной коммерции создало новую форму взаимодействия между производителями и потребителями, преодолевающую территориальные и социально-экономические препятствия. Ключевой проблемой становится необходимость правового регулирования деятельности цифровых платформ, направленного на сбалансированное удовлетворение интересов маркетплейсов, продавцов, покупателей и иных участников рынка.*

***Ключевые слова:** электронная коммерция, платформенная экономика, регулирование цифровых платформ, маркетплейсы, селлеры.*

Развитие электронной коммерции привело к формированию нового формата торговых взаимоотношений между поставщиками и покупателями, стирая традиционные географические и социально-экономические ограничения. Однако специфика цифрового пространства порождает серьезные правовые вопросы, касающиеся регулирования деятельности онлайн-платформ и сервисов. Проблематика специальной правовой регламентации цифровых платформ приобрела первостепенную актуальность, поскольку необходима гармония интересов маркетплейсов, продавцов, потребителей и остальных участников рынка.

Платформенная экономика представляет собой сложную и постоянно эволюционирующую структуру, объединяющую разнообразные рынки и отрасли хозяйства, цифровые платформы и сопутствующие технологии, а также благоприятствующую экосистему, создающую условия для их успешного развития.

лее десяти миллионов россиян задействованы в платформе, демонстрируя ее значительный вес и дальнейший потенциал роста.

Долгое время отсутствие специальных законов, регулирующих функционирование платформенной экономики, тормозило развитие данного сегмента рынка. С целью укрепления отношений между операторами, партнерами и пользователями, с 1 октября 2026 года вступит в силу Федеральный закон №289-ФЗ «Об отдельных вопросах регулирования платформенной экономики в Российской Федерации» [1]. Рассмотрим, какие конкретные изменения наступают для продавцов: какие права предоставляются, какие проблемы остаются открытыми.

Ранее маркетплейсы обладали правом вносить изменения в условия сотрудничества в одностороннем порядке, зачастую без какого-либо предварительного уведомления. Нередко изменения происходили неожиданно и без детальных разъяснений. Новый закон установил правило обязательной предварительной информации обо всех изменениях условий работы маркетплейса за 45 дней до их фактического ввода. Это создает для продавцов базовые условия предсказуемости и существенно снижает беспокойство, вызванное внезапными изменениями правил игры.

До принятия закона маркетплейсы могли закрывать профили продавцов или снимать товары с публикации без разъяснения причин либо ссылаясь на формальное нарушение собственных правил. Вследствие этого селлеры оказывались лишены возможности совершать продажи на срок вплоть до полной блокировки аккаунта. Сейчас маркетплейсам запрещено действовать подобным образом бесконтрольно. Блокировка профиля или удаление товаров возможны лишь при наличии четко зафиксированных нарушений, причем продавец обязательно должен быть уведомлен об этом минимум за трое суток.

До внесения поправок покупатель видел рекламу товаров без соответствующей метки, а продавцы сталкивались с отсутствием прозрачности в работе алгоритмов сортировки и наличием льгот для партнеров банков платформы. Согласно новому закону, платформы обязаны публично раскрывать критерии

ранжирования товаров, предоставлять равный доступ ко всем услугам, влияющим на отображение в поиске, и исключить установление дискриминационных условий для продавцов одной категории.

До принятия закона на маркетплейсах беспрепятственно распространялись контрафактные изделия и товары, не прошедшие регистрацию. Новое законодательство возлагает обязанность на платформы контролировать содержание страниц товаров и соблюдать установленные законодательством требования. Проверка продавцов осуществлялась ранее на основании личного усмотрения самой платформы. Новым является условие верификации данных продавцов путем обращения к официальным государственным реестрам индивидуальных предпринимателей и юридических лиц.

Несмотря на достижения в урегулировании отношений между сторонами, некоторые проблемы сохраняются.

1. Комиссии. Комиссии платформ продолжают оставаться высокими и растут, хотя обязательства об их увеличении устанавливаются заранее.

2. Алгоритм видимости. Формально прозрачность в формировании рекомендаций реализована, однако реальный контроль над показателями остается вне зоны доступности продавцов.

3. Проблема контрафакта. Контрафактные товары продолжают составлять серьезную угрозу честным предпринимателям, теряющим доходы из-за недобросовестных конкурентов.

4. Ограниченная защита доходов. Продавец все равно зависит от политики скидок и акций, проводимых площадками, которые компенсируются повышением комиссий.

5. Конфликты интересов. Платформы сохраняют возможность запускать собственные продукты, предоставляя им дополнительные преференции.

Принятие закона о платформенной экономике повысило прозрачность и предсказуемость взаимодействия между маркетплейсами и селлерами, защитив последних от несправедливых санкций и ограничений. Тем не менее высокие комиссии, конкуренция, контрафакт и неясные алгоритмы никуда не исчезли.

Основная зависимость продавцов от платформ сохранена, закон лишь сделал правила немного яснее.

Список литературы

1. Федеральный закон от 31.07.2025 №289-ФЗ «Об отдельных вопросах регулирования платформенной экономики в Российской Федерации».

2. Платформенная экономика в России: потенциал развития: аналитический доклад / Г.И. Абрахманова, Л.М. Гохберг, А.В. Демьянова [и др.]; под ред. Л.М. Гохберга, Б.М. Глазкова, П.Б. Рудника, Г.И. Абрахмановой; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: ИСИЭЗ ВШЭ, 2023. – 72 с.