Евразийская адвокатура. 2026. № 4 (81). С. 176.
Eurasian Advocacy. 2026;(4(81)):176.

Политика и экономика Евразии

Научная статья
УДК 34:004.738.5
doi 10.52068/2304-9839_2026_81_4_176

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ОТНОШЕНИЙ МЕЖДУ ЦИФРОВЫМИ ПЛАТФОРМАМИ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯМИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И ЕВРОПЕЙСКОМ СОЮЗЕ

ДЕМИДОВ Леон Игоревич
Независимый исследователь, юрисконсульт Национального исследовательского университета ИТМО
197101, г. Санкт-Петербург, Кронверкский пр., д. 49, лит. А, Российская Федерация

Аннотация: В статье проводится сравнительно-правовой анализ регулирования отношений между цифровыми платформами и профессиональными пользователями в Российской Федерации и Европейском союзе. Обосновывается тезис о том, что цифровые платформы трансформировались в частных квазирегуляторов, что порождает критическую асимметрию переговорных возможностей и демонстрирует неэффективность традиционного антимонопольного контроля. На основе исследования Регламента ЕС P2B, Закона о цифровых рынках (DMA), нового российского законодательства (ФЗ № 289-ФЗ) и судебной практики сопоставляются превентивный европейский подход (ex ante) и отечественный механизм защиты прав. Автором предлагаются направления модернизации законодательства РФ, включая внедрение асимметричного контроля системно значимых платформ, закрепление права бизнеса на переносимость данных и адаптацию критерия «активной роли» для справедливого применения иммунитета информационного посредника.

Ключевые слова: платформенная экономика, цифровые платформы, маркетплейсы, Регламент P2B, Закон о цифровых рынках (DMA), антимонопольное регулирование, переносимость данных, информационный посредник

Для цитирования: Демидов Л.И. Сравнительный анализ правового регулирования отношений между цифровыми платформами и предпринимателями в Российской Федерации и Европейском союзе // Евразийская адвокатура. 2026. № 4 (81). С. 176. https://doi.org/10.52068/2304-9839_2026_81_4_176

Policy and Economy of Eurasia

Original article

COMPARATIVE ANALYSIS OF THE LEGAL REGULATION OF RELATIONS BETWEEN DIGITAL PLATFORMS AND ENTREPRENEURS IN THE RUSSIAN FEDERATION AND THE EUROPEAN UNION

DEMIDOV Leon Igorevich
Independent Researcher, Legal Counsel of the National Research University ITMO
197101, St. Petersburg, Kronverksky Ave., 49, letter A, Russian Federation

Abstract: The article provides a comparative legal analysis of the regulation of relations between digital platforms and professional users in the Russian Federation and the European Union. It substantiates the thesis that digital platforms have transformed into private quasi-regulators, which creates a critical asymmetry of negotiating power and demonstrates the inefficiency of traditional antitrust control. Based on the study of the EU P2B Regulation, the Digital Markets Act (DMA), the new Russian legislation (Federal Law No. 289-FZ), and judicial practice, the preventive European approach (ex ante) and the domestic mechanisms of rights protection are compared. The author proposes directions for modernizing Russian legislation, including the introduction of asymmetric control for systemically important platforms, enshrining the right of businesses to data portability, and adapting the «active role» criterion for the fair application of information intermediary immunity.

Keywords: platform economy, digital platforms, marketplaces, P2B Regulation, Digital Markets Act (DMA), antitrust regulation, data portability, information intermediary

For citation: Demidov L.I. Comparative Analysis of the Legal Regulation of Relations Between Digital Platforms and Entrepreneurs in the Russian Federation and the European Union = Eurasian Advocacy. 2026; 4 (81):176. (In Russ.). https://doi.org/10.52068/2304-9839_2026_81_4_176

© Демидов Л.И., 2026 Распространяется по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY).

1. Введение

Структура отечественной платформенной экономики сегодня характеризуется безоговорочным доминированием маркетплейсов, занимающих 45,9 % рынка [1, С. 50]. Столь стремительное развитие цифровой торговли сопровождается концентрацией рыночной власти в руках владельцев электронных площадок, что порождает существенную асимметрию в отношениях между операторами платформ и зависимыми от них предпринимателями (сегмент B2B). Торговые экосистемы фактически узурпируют функцию регулятора, самостоятельно определяя условия сотрудничества и закладывая право на одностороннее изменение тарифов и регламентов непосредственно в договоры присоединения.

Следствием такого дисбаланса стал кратный рост правовых конфликтов: с 2022 года количество споров между операторами и продавцами, число которых на крупнейших отечественных площадках превысило 1,3 млн, возросло в среднем в 13 раз. Классические судебные механизмы демонстрируют объективную неэффективность в цифровой среде из-за уязвимости доказательственной базы: деловая коммуникация протекает в интерфейсе личного кабинета, где версии оферт, алгоритмы расчетов и история уведомлений могут бесследно изменяться владельцем платформы. Ситуацию усугубляет низкий средний чек онлайн-транзакций, который на российском рынке, как правило, не превышает 5000 рублей, делая инициацию полноценного судебного разбирательства экономически нецелесообразной [7, С. 48].

Обозначенный регуляторный вакуум призван системно устранить принятый Федеральный закон от 31.07.2025 № 289-ФЗ «Об отдельных вопросах регулирования платформенной экономики в Российской Федерации». Учитывая транснациональный характер электронных рынков, для адаптации национального законодательства особую практическую значимость приобретает сравнительный анализ с передовым европейским опытом – в частности, с Регламентом ЕС 2019/1150 (P2B), установившим базовые императивные стандарты прозрачности для бизнес-пользователей онлайн-посреднических услуг. Оценка европейского подхода с позиции российского права необходима для выработки действенных механизмов защиты профессиональных участников рынка от необоснованного диктата цифровых экосистем.

2. Теоретико-правовые аспекты функционирования цифровых платформ

Для корректного правового анализа необходимо строго разграничивать категории «цифровая платформа» и «платформенная экономика». Если цифровая платформа представляет собой программно-технический комплекс и информационную систему, обеспечивающую взаимодействие участников, то платформенная экономика охватывает всю систему организационно-имущественных связей, базирующихся на данной инфраструктуре [2, С. 72]. В сегменте B2B цифровые площадки не просто выполняют функцию виртуальных витрин, а глубоко интегрируются в деятельность профессиональных участников, формируя концепцию «цифрового предприятия» [5, С. 69–70, 73]. При этом, несмотря на повсеместное распространение, понятие «маркетплейс» до сих пор не имеет унифицированного закрепления в базовом гражданском законодательстве, что на практике приводит к его неоднозначному толкованию и применению по аналогии норм о «владельце агрегатора информации».

Специфика взаимодействия операторов платформ и бизнеса заключается в критической деформации принципа свободы договора. Традиционные пределы частной автономии вытесняются механизмами квазинормативного принуждения: локальными правилами модерации, безальтернативными договорами присоединения и технологическими ограничениями, имплементированными непосредственно в архитектуру программного кода [6, С. 234]. Подобная асимметрия переговорных возможностей трансформирует цифровую платформу в «частного регулятора», который подменяет диспозитивные гражданско-правовые нормы собственными императивными алгоритмами ценообразования и распределения данных [3, С. 91, 93].

Фундаментальной предпосылкой формирования отраслевого регулирования выступает феномен сетевых эффектов. Косвенные и алгоритмические сетевые эффекты, основанные на обработке больших массивов пользовательских данных, объективно провоцируют стремительную концентрацию рыночной власти по принципу «победитель получает все», создавая непреодолимые барьеры для входа новых конкурентов. Институциональной реакцией на угрозу узурпации рыночной власти цифровыми экосистемами стало принятие «пятого антимонопольного пакета» (Федеральный закон от 10.07.2023 № 301-ФЗ), впервые закрепившего легальную дефиницию сетевого эффекта. Отраслевое законодательство установило строгий запрет на монополистическую деятельность для платформ-посредников в случаях, когда влияние сетевого эффекта позволяет устранять конкурентов, а доля совершаемых

через площадку сделок превышает 35 % от общего объема товарного рынка.

3. Правовое регулирование отношений платформ и предпринимателей в РФ

Долгое время отечественная электронная коммерция функционировала в условиях регуляторного вакуума, когда сложные экосистемы судами квалифицировались через узкую категорию «владелец агрегатора информации», что не отражало реального объема их влияния на рынок [9, С. 199]. Системное оформление отрасли началось с принятием Федерального закона от 31.07.2025 № 289-ФЗ «Об отдельных вопросах регулирования платформенной экономики в Российской Федерации». Данный акт легализовал статус «оператора посреднической цифровой платформы» и «партнера» (продавца, исполнителя), установив императивные рамки для процедур ранжирования, модерации и применения штрафных санкций в договорах присоединения.

Критическое значение для определения ответственности площадок имеет применение статуса информационного посредника (ст. 1253.1 ГК РФ). Для использования иммунитета от деликтной ответственности (например, при реализации контрафакта) оператор платформы обязан доказать одновременное наличие трех условий: отсутствие собственной вины, изначальную неосведомленность о неправомерности размещенного контента и факт незамедлительной блокировки нарушения после получения мотивированной жалобы [4, С.138].

Изучение отечественной судебной практики демонстрирует формирование прецедентов, пресекающих злоупотребления со стороны электронных площадок.

Так, Арбитражный суд Московской области в решении от 28 июня 2023 г. по делу № А41-37420/2023 квалифицировал отношения по передаче товара на реализацию как договор комиссии. Установив факт утраты продукции, суд фактически взыскал убытки в размере рыночной стоимости товаров в рамках агентского договора, обосновав размер возмещения применимыми к данным отношениям механизмами ответственности комиссионера. Подобная логика действует и в ситуациях, когда пропадает невыкупленный товар: например, в постановлении Арбитражного суда Московского округа от 5 декабря 2022 г. по делу № А40-209329/2021 суд возлагает именно на оператора платформы бремя доказывания того, что имущество благополучно возвращено продавцу.

Кроме того, судебная практика исходит из недопустимости самовольной утилизации операторами цифровых платформ переданного на реализацию имущества при отсутствии в нем потребительских недостатков. Нарушение маркетплейсом договорных условий, строго регламентирующих исключительные основания для уничтожения возвращенного покупателями товара, квалифицируется как ненадлежащее исполнение обязательств. В подобных случаях на платформу возлагается обязанность по возмещению убытков в форме реального ущерба, размер которого исчисляется исходя из документально подтвержденной себестоимости (закупочной цены) неправомерно утилизированной продукции. При этом взыскание упущенной выгоды признается судами необоснованным, поскольку само по себе размещение товарных предложений на маркетплейсе не гарантирует продавцу безусловного извлечения прибыли ввиду влияния факторов сезонности, потребительского спроса и внутриплатформенной конкуренции (см. постановление Десятого арбитражного апелляционного суда от 7 июня 2022 г. № 10АП-8183/2022 по делу № А41-6245/22).

Самостоятельную категорию споров образуют иски о взыскании необоснованных финансовых удержаний, производимых операторами цифровых платформ в одностороннем порядке. Показательным примером служит дело о признании незаконным начисления штрафных санкций за предполагаемое искусственное завышение рейтинга продавца. Разрешая подобный спор, Арбитражный суд Московской области в решении от 12 октября 2023 г. по делу № А41-65066/2023 констатировал, что односторонне составленный внутренний аналитический отчет маркетплейса не является надлежащим и достаточным доказательством, достоверно подтверждающим факт нарушения контрагентом договорных обязательств.

Также суды исходят из неправомерности необоснованной блокировки личного кабинета продавца, квалифицируя такие действия оператора цифровой платформы как недопустимый односторонний отказ от исполнения договорных обязательств. Разрешая требования о возмещении убытков, вызванных незаконным ограничением доступа к площадке, суды признают допустимым механизм расчета упущенной выгоды, базирующийся на документально подтвержденных финансовых показателях предпринимателя за предшествующий блокировке период. Размер неполученного дохода исчисляется путем применения усредненной торговой наценки к прогнозируемому объему реализации товара, что позволяет с разумной степенью достоверности

определить реальные имущественные потери продавца (см. решение Арбитражного суда Московской области от 20 сентября 2023 г. по делу № А41-65942/2023).

Наконец, суды принимают решения в пользу продавцов и при технических сбоях на самой платформе. Самостоятельным основанием для привлечения операторов цифровых платформ к имущественной ответственности выступают технические сбои в работе внутренних алгоритмов маркетплейса. Реализация переданной продукции по необоснованно заниженной стоимости, вызванная программной ошибкой (в частности, рассинхронизацией процессов обновления базовой цены и применения скидки), квалифицируется судами как ненадлежащее исполнение агентского договора. Применяя к спорным правоотношениям положения статьи 995 ГК РФ, суды констатируют, что продажа товара по цене ниже согласованной с комитентом влечет обязанность площадки возместить продавцу образовавшуюся разницу в виде убытков. Удовлетворение подобных исков базируется на доказанности факта отчуждения товара вопреки действительной воле продавца, который из-за системной задержки обмена данными на платформе был лишен объективной возможности предотвратить совершение невыгодных сделок (см. решение Арбитражного суда Московской области от 20 апреля 2023 г. по делу № А41-95886/2022).

4. Правовое регулирование отношений платформ и предпринимателей в ЕС

Долгое время фундаментальным инструментом пресечения монополистических злоупотреблений цифровых экосистем в Европейском союзе (далее – ЕС) выступала статья 102 Договора о функционировании Европейского союза. Однако классический антимонопольный контроль продемонстрировал объективную неэффективность в условиях платформенной экономики. Применение более экономически ориентированного подхода, требующего сложного индивидуального анализа эффектов и определения границ рынков, приводило к чрезмерной длительности расследований.

Первым шагом на пути преодоления асимметрии в сегменте B2B на цифровых рынках стал Регламент P2B, установивший императивные стандарты прозрачности. Положения статьи 3 Регламента P2B обязывают провайдеров формулировать пользовательские соглашения простым и понятным языком, а любые изменения в них могут вступать в силу лишь по истечении разумного срока уведомления (не менее 15 дней), что дает бизнес-пользователям возможность адаптироваться или расторгнуть договор. Статья 4 Регламента P2B жестко регламентирует процедуры блокировки: оператор обязан предоставить мотивированное обоснование причин приостановления услуг до или в момент такого приостановления, а полное расторжение договора требует предварительного уведомления за 30 дней.

Логическим продолжением формирования единой безопасной цифровой среды стало принятие Акта о цифровых услугах (далее – DSA). Данный акт частично заменил ранее действующую Директиву об электронной коммерции (2000/31/EC). Несмотря на правленность на сферу публичного контента, DSA существенно влияет на B2B-взаимодействие.

DSA устанавливает требование прозрачности, которое выражается в легальном закреплении стандарта «знай своего бизнес-клиента»: теперь платформы обязаны идентифицировать контрагентов, блокируя доступ на рынок нелегальной продукции. Кроме того, статья 20 DSA императивно требует от площадок создания внутренних механизмов рассмотрения жалоб. В результате пользователи получают как минимум полугодовой срок для оспаривания любых действий модераторов. Алгоритмы рекомендаций также выводятся из «серой зоны». В силу статьи 27 DSA оператор обязан не только раскрывать ключевые параметры ранжирования, но и обеспечивать пользователям техническую возможность влиять на эту выдачу.

Развитием данного подхода к прозрачности стал Закон о цифровых рынках (далее – DMA). Концептуально DMA развивает положения Регламента P2B, выстраивая баланс между задачами состязательности и справедливости. Если первая категория направлена на снижение рыночных барьеров и стимулирование межплатформенной конкуренции, то вторая защищает слабую сторону от дисбаланса прав внутри конкретной цифровой площадки.

Важнейшим нововведением DMA стало расширение права на переносимость данных. В связке с положениями Регламента ЕС 2023/2854 «Data Act» DMA обязывает платформы-«привратники» обеспечивать коммерческим пользователям непрерывный доступ к генерируемым ими данным в режиме реального времени. Технологическое обеспечение прямого переноса данных призвано разрушить эффект «замыкания» и снизить транзакционные издержки продавцов при переходе на альтернативные площадки.

5. Предложения по совершенствованию правового регулирования в РФ

Преодоление фрагментации правового регулирования объективно требует наднациональной унификации. Разработка совместного инструментария трансграничного регулирования обеспечит единые условия безопасного оборота данных, товаров и услуг, а также позволит повысить макроэкономическую конкурентоспособность отечественных операторов платформенной экономики на мировой арене [8, С. 144-145].

С учетом передового европейского опыта адаптация российского законодательства должна развиваться по пути легального закрепления критериев системно значимых цифровых платформ. Требуется внести дифференцирующие изменения в положения Федерального закона № 289-ФЗ, установив асимметричный режим обязанностей операторов в строгой зависимости от объема их сетевой власти, транзакционного оборота и пользовательской базы.

Для устранения структурного дисбаланса переговорных возможностей продавцов целесообразно имплементировать в российскую практику институт переносимости данных от одной цифровой платформы к другой. Законодательное закрепление права коммерческих пользователей на получение прямого доступа к генерируемой ими сквозной аналитике в режиме реального времени снизит эффект «замыкания» и позволит бизнесу свободно мигрировать между конкурирующими площадками. Одновременно необходимо ввести запрет для владельцев экосистем на использование непубличных коммерческих данных продавцов для алгоритмического продвижения собственных товаров-аналогов [10, С. 27, 48].

Особого концептуального осмысления требует применение института информационного посредничества к платформенным правоотношениям. Текущая архитектура статьи 1253.1 ГК РФ оставляет операторам маркетплейсов широкое пространство для использования правового иммунитета, позволяя им дистанцироваться от имущественной ответственности за реализацию контрафактных или некачественных товаров. Европейская практика, в частности прецедент Суда ЕС Frank Peterson v. Google LLC и Модельные правила Европейского института права, предлагает противодействовать подобным злоупотреблениям через критерий «активной роли» или «решающего контроля». Вместе с тем механическая рецепция данного инструмента в отечественный правопорядок без учета национальной специфики может быть неэффективна. Внедрение европейских стандартов утраты статуса пассивного агрегатора нуждается в глубокой догматической адаптации к российской правовой системе. Прямое заимствование конструкции решающего влияния способно вступить в системное противоречие с устоявшимися подходами Верховного Суда РФ к распределению ответственности. Ограничение режима «безопасной гавани» для площадок, напрямую контролирующих транзакции, безальтернативно устанавливающих алгоритмы ценообразования или организующих логистику, должно базироваться на органичном развитии национальных механизмов возмещения вреда, а не на искусственном переносе наднациональных директив.

Список источников

1. Алексахин А.Н., Алексахина С.А., Горшкова А.А., Байтимерова Л.С. Современные тенденции развития платформенной экономики // Вестник Академии знаний. 2024. № 5 (64). С. 46–52.

2. Васиян Р.И. Некоторые аспекты правового регулирования платформенной экономики в Российской Федерации // Российское право: образование, практика, наука. 2025. № 4. С. 67–75. DOI: 10.34076/2410-2709-2025-148-4-67-75.

3. Ильченко А.А. Проблемы развития теории и методологии ценообразования на рынке цифровых услуг: между неоклассикой, поведенческой экономикой и институциональной сложностью // Инновационная экономика: информация, аналитика, прогнозы. 2024. № S3. С. 88–103. DOI: 10.18334/et.11.6.121253.

4. Коверченко И.И. Особенности ответственности операторов цифровых платформ за нарушение исключительных прав // Журнал Суда по интеллектуальным правам. 2025. Сентябрь. № 3(49). С. 130–141. DOI: 10.58741/23134852_2025_3_13.

5. Крыцула А.А. Цифровые платформы взаимодействия профессиональных участников рынка (B2B сегмент) // Вестник Пермского университета. Юридические науки. 2026. № 1. С. 65–77. DOI: 10.17072/2619-0648-2026-1-65-77.

6. Латынин А.О. Свобода договора в цифровой среде: классификация ограничивающих норм и их влияние на структуру частной автономии // Теория и практика общественного развития. 2026. № 1. С. 233–240. DOI: 10.24158/tipor.2026.1.30.

7. Мельник В.Д. О некоторых особенностях интернет-споров, возникающих из сделок, совершенных на маркетплейсе // Российское право: образование, практика, наука. 2023. № 5. С. 47–53. DOI: 10.34076/2410-2709-2023-138-5-47-53.

8. Рябухин С.Н., Кокорев И.А., Сафронова А.А., Покровская О.Д., Фоменко Н.М. Основные тенденции и перспективы платформенной экономики в Российской Федерации // Мир новой экономики. 2025. Т. 19, № 2. С. 134–148. DOI: 10.26794/2220-6469-2025-19-2-134-148.

9. Шатская И.И., Илясов Д.А. Понятие «маркетплейс» в российском законодательстве: проблемы определения и пути унификации // Право и государство: теория и практика. 2025. № 7. С. 199–202. DOI: 10.47643/1815-1337_2025_7_199.

10. Bostoen F. Understanding the Digital Markets Act // Journal of European Competition Law & Practice. 2022. Vol. 13, No. 2. P. 75–86. DOI: 10.1093/jeclap/lpab094.

References

1. Aleksaxin A.N., Aleksaxina S.A., Gorshkova A.A., Bajtimerova L.S. Sovremenny`e tendencii razvitiya platformennoj e`konomiki // Vestnik Akademii znanij. 2024. № 5 (64). S. 46–52.

2. Vasiyan R.I. Nekotory`e aspekty` pravovogo regulirovaniya platformennoj e`konomiki v Rossijskoj Federacii // Rossijskoe pravo: obrazovanie, praktika, nauka. 2025. № 4. S. 67–75. DOI: 10.34076/2410-2709-2025-148-4-67-75.

3. Il`chenko A.A. Problemy` razvitiya teorii i metodologii cenoobrazovaniya na ry`nke cifrovy`x uslug: mezhdu neoklassikoj, povedencheskoj e`konomikoj i institucional`noj slozhnost`yu // Innovacionnaya e`konomika: informaciya, analitika, prognozy`. 2024. № S3. S. 88–103. DOI: 10.18334/et.11.6.121253.

4. Koverchenko I.I. Osobennosti otvetstvennosti operatorov cifrovy`x platform za narushenie isklyuchitel`ny`x prav // Zhurnal Suda po intellektual`ny`m pravam. 2025. Sentyabr`. № 3(49). S. 130–141. DOI: 10.58741/23134852_2025_3_13.

5. Kry`czula A.A. Cifrovy`e platformy` vzaimodejstviya professional`ny`x uchastnikov ry`nka (B2B segment) // Vestnik Permskogo universiteta. Yuridicheskie nauki. 2026. № 1. S. 65–77. DOI: 10.17072/2619-0648-2026-1-65-77.

6. Laty`nin A.O. Svoboda dogovora v cifrovoj srede: klassifikaciya ogranichivayushhix norm i ix vliyanie na strukturu chastnoj avtonomii // Teoriya i praktika obshhestvennogo razvitiya. 2026. № 1. S. 233–240. DOI: 10.24158/tipor.2026.1.30.

7. Mel`nik V.D. O nekotory`x osobennostyax internet-sporov, voznikayushhix iz sdelok, sovershenny`x na marketplejse // Rossijskoe pravo: obrazovanie, praktika, nauka. 2023. № 5. S. 47–53. DOI: 10.34076/2410-2709-2023-138-5-47-53.

8. Ryabuxin S.N., Kokorev I.A., Safronova A.A., Pokrovskaya O.D., Fomenko N.M. Osnovny`e tendencii i perspektivy` platformennoj e`konomiki v Rossijskoj Federacii // Mir novoj e`konomiki. 2025. T. 19, № 2. S. 134–148. DOI: 10.26794/2220-6469-2025-19-2-134-148.

9. Shatskaya I.I., Ilyasov D.A. Ponyatie «marketplejs» v rossijskom zakonodatel`stve: problemy` opredeleniya i puti unifikacii // Pravo i gosudarstvo: teoriya i praktika. 2025. № 7. S. 199–202. DOI: 10.47643/1815-1337_2025_7_199.

10. Bostoen F. Understanding the Digital Markets Act // Journal of European Competition Law & Practice. 2022. Vol. 13, No. 2. P. 75–86. DOI: 10.1093/jeclap/lpab094.

Статья поступила в редакцию 01.06.26;
одобрена после рецензирования 07.06.26;
принята к публикации 07.06.26.

The article was submitted 01.06.26;
approved after reviewing 07.06.26;
accepted for publication 07.06.26.