

Секция «Актуальные вопросы экономики и финансов (СГУПС)»

Антимонопольные риски развития маркетплейсов в условиях цифровой экономики

Гартке Александра Константиновна

Студент (бакалавр)

Сибирский государственный университет путей сообщения, Новосибирск, Россия

E-mail: akq2117@mail.ru

Развитие цифровой экономики сопровождается формированием новых моделей торговли, ключевую роль в которых играют цифровые платформы. Одним из наиболее динамично развивающихся сегментов электронной коммерции являются маркетплейсы, обеспечивающие взаимодействие продавцов и потребителей в рамках единой цифровой инфраструктуры. Их распространение сопровождается возникновением новых экономико-правовых вызовов, связанных с обеспечением конкуренции и предотвращением злоупотреблений рыночной властью.

Актуальность исследования определяется стремительным ростом электронной торговли в Российской Федерации и усилением роли маркетплейсов в структуре розничного рынка. По данным АКИТ, в первом полугодии 2025 г. объем онлайн-покупок достиг 5,3 трлн руб., увеличившись на 36% по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года. Доля электронной торговли составила 22,4% розничного оборота, что свидетельствует о продолжающейся цифровизации экономики.

Рынок онлайн-торговли характеризуется высокой концентрацией: на крупнейшие маркетплейсы (Wildberries, Ozon, Яндекс Маркет) приходится около 68,9% продаж. Более 80% онлайн-заказов осуществляется через платформенные сервисы, что подтверждает их трансформацию в ключевой канал сбыта.

Маркетплейсы представляют собой многосторонние цифровые платформы, функционирование которых основано на сетевых эффектах: рост числа пользователей увеличивает ценность платформы для других участников [5]. Это способствует быстрому укреплению их рыночных позиций и усилению концентрации.

С экономической точки зрения маркетплейсы формируют новую модель распределения рыночной власти. Они не только обеспечивают инфраструктуру торговли, но и регулируют условия доступа к ней, включая размещение товаров, комиссионные ставки, логистику и алгоритмы ранжирования. Это позволяет платформам существенно влиять на конкурентную среду.

Ключевым антимонопольным риском является формирование доминирующего положения цифровых платформ. В соответствии с законодательством запрещается злоупотребление доминирующим положением [3], однако в условиях цифровых рынков традиционные критерии его определения требуют адаптации, поскольку влияние платформ не всегда отражается только через долю рынка.

Особое значение имеет контроль над данными. Платформы аккумулируют информацию о поведении потребителей, ценах и спросе, что повышает эффективность их деятельности, но одновременно создает риски недобросовестной конкуренции. Дополнительным фактором является возможность установления дискриминационных условий для продавцов, включая изменение комиссий и алгоритмов ранжирования, что влияет на их рыночные позиции.

ФАС России подчеркивает необходимость совершенствования регулирования цифровых рынков, включая анализ алгоритмических механизмов ценообразования и обеспечение недискриминационного доступа к платформенной инфраструктуре [1].

Развитие маркетплейсов оказывает существенное влияние на структуру розничной торговли: объем рынка электронной коммерции в России к 2025 г. может достигнуть 15,2 трлн руб. против 1,6 трлн руб. в 2019 г. [4]. Это свидетельствует о значительном росте платформенной экономики.

В то же время влияние маркетплейсов носит двойственный характер. С одной стороны, они способствуют развитию предпринимательства и снижению транзакционных издержек, с другой – формируют зависимость участников рынка от цифровых платформ [2].

Таким образом, развитие маркетплейсов формирует новые вызовы для антимонопольного регулирования. Особенности цифровых рынков, включая сетевые эффекты и концентрацию данных, усиливают рыночную власть платформ. В этих условиях приоритетной задачей государственной политики становится разработка эффективных механизмов контроля, направленных на обеспечение конкуренции и предотвращение злоупотреблений.

Источники и литература

- 1) Доклад о состоянии конкуренции в Российской Федерации / Федеральная антимонопольная служба России. М., 2023: <https://fas.gov.ru/documents/688579>
- 2) Итоги развития электронной коммерции в России / Ассоциация компаний интернет-торговли. М., 2024: <https://www.akit.ru/analytics>
- 3) О защите конкуренции: Федеральный закон Российской Федерации от 26.07.2006 №135-ФЗ (ред. действующая): https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61763/
- 4) Российский статистический ежегодник / Федеральная служба государственной статистики. М., 2024: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13287>
- 5) Рубанов В. А. Цифровые платформы как новая форма организации экономических отношений // Экономика и управление. 2020. № 8: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovye-platformy-kak-novaya-forma-organizatsii-ekonomicheskikh-otnosheniy>
- 6) Шаститко А. Е. Конкурентная политика и антимонопольное регулирование. М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2018: <https://www.ranepa.ru/upload/medialibrary/3b0/shastitko-konkurentnaya-politika.pdf>