

Научная статья
УДК 34.096

Анна Юрьевна Чурикова

Саратовская государственная юридическая академия, Саратов, Россия, a_tschurikova@bk.ru, ORCID: 0000-0003-0299-622X

ТИПОЛОГИЯ И ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЦИФРОВЫХ ПЛАТФОРМ

Аннотация. Цифровые платформы стали неотъемлемым элементом современной экономики и социальной коммуникации, что обуславливает актуальность их научной классификации и поиска адекватных моделей правового регулирования. В статье на основе междисциплинарного подхода рассматриваются основные критерии типологизации цифровых платформ: функциональный, технологический (архитектурный) и социально-правовой. Особое внимание уделяется сравнительному анализу транзакционных и нетранзакционных платформ, выявляются тенденции конвергенции их функционала в рамках экосистем. Проводится критический анализ Федерального закона от 31 июля 2025 г. № 289-ФЗ «Об отдельных вопросах регулирования платформенной экономики в Российской Федерации». Выявляются правовые дефекты используемого понятийного аппарата и проблемы разграничения сфер действия закона. В заключении статьи сформулированы предложения по совершенствованию законодательства в части уточнения критериев отнесения платформ к посредническим и устранения коллизий, связанных с совмещением различных видов деятельности на одной цифровой площадке.

Ключевые слова: цифровая платформа, транзакционные платформы, нетранзакционные платформы, маркетплейсы, платформенная экономика, правовое регулирование, посредническая платформа, типология, цифровая экосистема

Для цитирования: Чурикова А. Ю. Типология и правовое регулирование цифровых платформ // Общество, право, государственность: ретроспектива и перспектива. 2026. № 1 (25). С. 20–28.

Original article

Anna Yu. Churikova

Saratov State Law Academy, Saratov, Russia, a_tschurikova@bk.ru, ORCID: 0000-0003-0299-622X

TIPOLOGY AND LEGAL REGULATION OF DIGITAL PLATFORMS

Abstract. Digital platforms have become an essential element of the modern economy and social communication, which determines the relevance of their scientific classification and the search for adequate models of legal regulation. Based on an interdisciplinary approach, the article examines the main criteria for the typology of digital platforms: functional, technological (architectural), and socio-legal. Special attention is paid to the author's comparative analysis of transactional and non-transactional platforms, identifying trends in the convergence of their functionality within ecosystems. The main focus of the research is a critical analysis of Federal Law No. 289-FZ of July 31, 2025 "On Certain Issues of Regulation of the Platform Economy in the Russian Federation". Legal defects in the conceptual framework used and problems of delimiting the scope of the law are identified. In conclusion, proposals are formulated for improving legislation in terms of clarifying the criteria for classifying platforms as intermediary and eliminating conflicts associated with combining different types of activities on a single digital platform.

Keywords: digital platform, transactional platforms, non-transactional platforms, marketplaces, platform economy, legal regulation, intermediary platform, typology, digital ecosystem

© Чурикова А. Ю., 2026

For citation: Churikova A. Yu. Typology and legal regulation of digital platforms // Society, law, statehood: retrospective and perspective. 2026. No. 1 (25). P. 20–28. (In Russ.)

Введение

Цифровые платформы в современном мире выступают не просто в качестве инструментов коммуникации или торговли, а формируют сложную инфраструктурную основу цифровой экономики. От социальных сетей до маркетплейсов, от облачных сервисов до агрегаторов услуг – платформы проникают во все сферы жизнедеятельности, изменяя традиционные экономические и правовые связи. Многообразие их форм и функций создает значительные трудности для юридической науки и правоприменительной практики, поскольку универсальный подход к регулированию невозможен без четкого понимания типологических особенностей данных объектов.

Несмотря на обилие научных работ, посвященных отдельным аспектам функционирования платформ (экономическим, социальным, технологическим), комплексный правовой анализ, учитывающий их разнородную природу, остается фрагментарным. Принятие Федерального закона от 31 июля 2025 г. № 289-ФЗ «Об отдельных вопросах регулирования платформенной экономики в Российской Федерации»¹ (далее – Закон о платформах) актуализировало проблему соотношения научной типологии и законодательной техники. Целью настоящей статьи является систематизация теоретических подходов к классификации цифровых платформ и оценка адекватности их отражения в новейшем российском законодательстве, а также выработка предложений по совершенствованию правового регулирования с учетом выявленных коллизий.

Методы

Методологическую основу исследования составил комплекс общенаучных и специально-юридических методов. Посредством метода системного анализа были выявлены и обобщены существующие в науке

подходы к типологии цифровых платформ (функциональный, архитектурный, социально-правовой). Сравнительно-правовой метод применен для сопоставления различных классификационных критериев, а также для выявления различий в правовом статусе транзакционных и нетранзакционных платформ. Формально-юридический метод позволил провести детальный анализ текста Закона о платформах, выявить дефекты юридической техники и коллизии в его положениях. Метод правового моделирования использован при разработке предложений по корректировке законодательных дефиниций и критериев регулирования.

Результаты

Подходы к типологии цифровых платформ. Транзакционные и нетранзакционные цифровые платформы

В результате анализа научной литературы установлено, что одним из фундаментальных подходов является функциональный критерий, который предполагает выделение различных типов платформ в зависимости от выполняемых ими функций [1; 2; 3; 4; 5; 6; и др.]. В рамках этого подхода различают:

- коммуникационные платформы (социальные сети, мессенджеры), обеспечивающие обмен информацией между пользователями;
- контент-платформы (видеохостинги, блоги), служащие посредниками в создании и распространении информации;
- платформы электронной коммерции (маркетплейсы, онлайн-магазины), организуемые торговлю товарами и услугами;
- образовательные платформы (системы дистанционного обучения), предоставляющие образовательный контент;
- облачные сервисы, предоставляющие инфраструктуру для хранения данных и вычислительных ресурсов.

Такой подход позволяет выявить основные функции платформ и определить

¹ Об отдельных вопросах регулирования платформенной экономики в Российской Федерации : федер. закон от 31 июля 2025 г. № 289-ФЗ «» // Собрание законодательства Российской Федерации. 2025. № 31, ст. 4643.

их роль в цифровой экосистеме. В рамках функционального подхода также встречается разделение всех цифровых платформ на транзакционные и нетранзакционные. Кроме того, в современных научных исследованиях цифровые платформы все чаще рассматриваются как компоненты сложных сетевых систем с множеством взаимодействующих элементов [7; 8; 9] (экосистемный подход), что соответствует тенденциям развития цифровых платформ, так как в настоящее время создаются платформенные экосистемы (яркий пример – «Яндекс»).

В рамках данного подхода ученые выделяют транзакционные платформы, инновационные и цифровые промышленные платформы как симбиоз первых двух видов цифровых платформ [10]. Однако, представляется, что, когда речь идет об экосистемах как следующем уровне развития цифровых платформ и цифровых сервисов, их также можно глобально разделить по функциональному признаку на транзакционные и нетранзакционные.

Транзакционные цифровые платформы предназначены для организации и опосредования сделок между пользователями, то есть они создают условия для обмена товарами, услугами или финансовыми ресурсами. Основная их функция – это обеспечение безопасных, прозрачных и эффективных транзакций, а также управление рисками, связанными с заключением договоров.

Ключевыми представителями транзакционных цифровых платформ выступают:

- маркетплейсы (например, Ozon, Wildberries). Эти платформы объединяют продавцов и покупателей в единой среде. Они предоставляют инфраструктуру для размещения товаров или услуг, обработки платежей, логистики и обратной связи. Маркетплейсы выступают как посредники, снижая барьеры входа для продавцов и обеспечивая потребителям широкий выбор;

- агрегаторы услуг (например, «Яндекс.Такси», «Островок»). Эти платформы объединяют поставщиков услуг (отели, такси) с потребителями. Они обеспечивают поиск, сравнение предложений и оформление

заказов. В отличие от классических маркетплейсов, агрегаторы часто берут на себя функции по управлению бронированиями или оплатами;

- финансовые платформы (например, цифровые активы – ПАО СберБанк; Лайтхаус – ООО «Лайтхаус»; А-Токен – АО «Альфа-Банк» и др.): обеспечивают проведение платежных операций между участниками сделок с высокой степенью безопасности и удобства.

Для транзакционных цифровых платформ, как правило, свойственно наличие систем рейтингов, отзывов и гарантийных механизмов; интеграция с платежными системами (возможность проведения оплаты через цифровую платформу); наличие логистических решений и интеграция с ними. Цифровые платформы данных видов выступают в качестве посредников в коммерческих сделках и вносят вклад в развитие электронной коммерции.

Интерес представляют современные тенденции по слиянию данных типов платформ. Например, Ozon, являясь маркетплейсом, стал предлагать своим пользователям бронирование отелей, что подпадает под функционал агрегаторов услуг. Кроме того, базовые маркетплейсы (Ozon, Wildberries) создают свои финансовые продукты (например, Ozon Банк), фактически они стали выступать также и в роли финансовых платформ. «Яндекс» создает различные цифровые продукты, стараясь занять все больше ниш среди транзакционных цифровых платформ («Яндекс Маркет» – маркетплейс, «Яндекс.Такси» – агрегатор услуг). В настоящее время маркетплейсы доминируют среди транзакционных цифровых платформ, расширяя свои возможности и направления деятельности.

В свою очередь, нетранзакционные платформы предназначены для организации взаимодействий между пользователями без опосредования сделок или обмена материальными ценностями как основной цели деятельности. Их основная функция – создание среды для коммуникации, обмена информацией или совместной деятельности.

Среди нетранзакционных цифровых платформ можно выделить:

– социальные сети (например, «ВКонтакте», «Одноклассники»). Они предназначены для обмена личной информацией, фотографиями, видео и коммуникации между пользователями. Посредством использования данных платформ создаются виртуальные сообщества по интересам или географическому признаку;

– мессенджеры (например, Мах и др.). Они обеспечивают мгновенную передачу сообщений в реальном времени между участниками. Часто включают функции групповых чатов, звонков и мультимедийных сообщений;

– поисковые системы (например, Google Search, «Яндекс»). Они представляют собой инструменты поиска информации в Интернете без прямого участия в транзакциях или обмене материальными ценностями.

Нетранзакционные цифровые платформы создают условия для обмена информацией без необходимости заключения сделок, то есть фактически способствуют индивидуальному и социальному взаимодействию; хотя в настоящее время в них практически повсеместно интегрированы платежные средства, но прямых финансовых транзакций они, как правило, не осуществляют; являются публичными, открытыми ресурсами с минимальными ограничениями по доступу.

Нетранзакционные платформы способствуют формированию информационного пространства и социального взаимодействия без непосредственного участия в коммерческих операциях.

Классификация цифровых платформ на транзакционные и нетранзакционные отражает их функциональные особенности и роль в цифровой экономике. Транзакционные платформы выступают как посредники в коммерческих операциях, обеспечивая безопасное проведение сделок. Нетранзакционные же служат средой для коммуникации, способствуя обмену информацией без обязательств по заключению сделок. Понимание этих различий важно для разработки эффективных правовых механизмов регулирования

цифровых экосистем и оценки их влияния на экономическую деятельность общества.

Еще одним критерием систематизации является подход, основанный на анализе технологической структуры платформ (архитектурный) и используемых технологиях [11]. В рамках этого критерия выделяют модульные платформы с независимыми компонентами, интегрированные системы с тесной внутренней связностью функций и децентрализованные модели на базе распределенных реестров (например, блокчейн-технологии). Такой подход позволяет учитывать технологическую сложность и степень интеграции элементов внутри платформенной инфраструктуры.

Кроме того, существует социально-правовой подход к типизации цифровых платформ, в рамках которого критерием выделения типов платформ является режим доступа: открытые публичные системы, закрытые частные или корпоративные решения, а также ограниченные по доступу платформы [12]. Такой критерий важен для определения правового режима регулирования ответственности участников и механизмов защиты прав потребителей.

Современная научная типология цифровых платформ часто предполагает комбинирование указанных подходов для более комплексного анализа. Например, платформа может одновременно выполнять функции контент-платформы и электронной коммерции при использовании децентрализованных технологий и находиться под регулированием как мультисторонняя экосистема.

Таким образом, существующие теоретические подходы к типологии цифровых платформ охватывают широкий спектр критериев, комплексное рассмотрение которых позволяет сформировать системное представление о разнообразии современных цифровых платформ и предложить адекватные правовые механизмы их регулирования.

Проблемы правового регулирования, связанные с определением понятия и видов цифровых платформ

В статье 2 Закона о платформах, положения которого начнут применяться с 1 октября

2026 г., закреплено определение цифровой платформы. Под ней понимается «информационная система, и (или) сайт в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», и (или) программы для электронных вычислительных машин, обеспечивающие технические, организационные, информационные и иные возможности для взаимодействия неограниченного круга лиц, в том числе в целях обмена информацией и ее распространения, продажи товаров, выполнения работ, оказания услуг» (п. 2 ст. 2). Кроме того, эта статья содержит также определение посреднической цифровой платформы, под которой понимается «цифровая платформа, обеспечивающая взаимодействие оператора, партнеров и пользователей в целях заключения гражданско-правовых договоров, предоставляющая технические возможности размещения заказов и (или) карточек товаров, работ, услуг, совершения сделок, осуществления оплаты товара, работы, услуги пользователем в пользу партнера, соответствующая дополнительным критериям, установленным на основании части 4 статьи 4 настоящего Федерального закона, и включенная в реестр посреднических цифровых платформ в соответствии с частью 2 статьи 4 настоящего Федерального закона».

На основе этих определений, в их комплексном толковании совместно с другими положениями данного закона, можно проследить подходы к существу правового регулирования деятельности операторов цифровых платформ, в том числе в зависимости от вида платформы и круга субъектов.

Во-первых, в Законе о платформах не используется термин «транзакционные цифровые платформы», несмотря на то, что преимущественно речь идет о них.

Согласно ч. 4 ст. 3 Закона о платформах «настоящий Федеральный закон и другие федеральные законы, регулирующие использование цифровых платформ, применяются независимо от вида деятельности оператора, сферы деятельности лиц, использующих соответствующую платформу, и информационной технологии, использованной для создания и обеспечения функционирования

такой платформы, за исключением случаев, предусмотренных частями 3 и 4 статьи 1 настоящего Федерального закона», то есть в правовом регулировании отменяются фактически все иные основания типизации цифровых платформ (по таким критериям, как технологический, «архитектурный», режим доступа и т. д.) кроме функционального признака, однако выделение типов цифровых платформ на основе выполняемой функции представлено в усеченном виде (посреднические и иные). При этом понятие «посредническая цифровая платформа» тоже фактически усеченное. Ведь и транзакционные, и нетранзакционные платформы в той или иной степени являются посредниками. Только в первом случае это посредники «гражданско-правового характера», а во втором – информационного, ведь нетранзакционные платформы также предоставляют посреднические услуги по передаче информации от субъекта субъекту или группе лиц. Поэтому использование термина «посреднические цифровые платформы» в таком усеченном виде, когда под ними фактически понимаются только транзакционные платформы, представляется необоснованным.

В части 3 ст. 1 Закона о платформах устанавливается, что данный закон не применяется к отношениям, связанным:

«1) с организацией и осуществлением деятельности аудиовизуальных сервисов, деятельности лиц, являющихся кредитными организациями, некредитными финансовыми организациями, а также лиц, оказывающих профессиональные услуги на финансовом рынке;

2) с предоставлением лицензии на использование программ для электронных вычислительных машин, баз данных посредством программы для электронных вычислительных машин, которая предназначена для поиска, просмотра и приобретения указанных программ, баз данных;

3) с распространением исключительно товаров, услуг, принадлежащих владельцам информационных ресурсов».

В части 4 ст. 1 Закона о платформах фактически приводится перечень видов

цифровых платформ, к регулированию деятельности которых данный закон не применяется: «не распространяется на операторов инвестиционных платформ, операторов государственных и муниципальных информационных систем, операторов иных информационных систем (информационных ресурсов), создаваемых в соответствии с федеральными законами, на операторов электронных площадок и операторов специализированных электронных площадок, функционирующих в соответствии с законодательством Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд, законодательством Российской Федерации в сфере закупок товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц, законодательством Российской Федерации о несостоятельности (банкротстве) или законодательством Российской Федерации о приватизации».

Анализируя приведенные положения закона, можно выделить несколько потенциальных проблем, которые могут возникнуть при их применении.

Во-первых, если платформа одновременно распространяет свои товары/услуги (исключение) и обеспечивает взаимодействие между партнерами (подпадает под регулирование), то возникает неопределенность в применении данного закона. Как будет применяться исключение в этом случае и будет ли оно вообще применяться, в документе не указано. Следовательно, в дальнейшем могут возникнуть споры, в том числе и судебные, связанные с отсутствием конкретики в правовом регулировании данного вопроса. В настоящее время маркетплейсы не только осуществляют посреднические услуги, но и продают товары, принадлежащие им, выступая как магазин или производитель. В итоге при нарушении законодательства в тех случаях, когда деятельность маркетплейса будет касаться собственных товаров, как именно будут разрешаться вопросы правового регулирования? Будет ли такая ситуация «частичным исключением»?

Данные вопросы в Законе о платформах не разрешены. Это создает риск двойственного толкования.

Следует отметить размытость границ регулирования. Поскольку исключения охватывают широкий спектр деятельности (финансовые услуги, государственные системы, распространение программ), существует риск неоднозначного толкования применимости закона к конкретным платформам. Организации могут столкнуться с трудностями в определении своего статуса и обязательств по закону из-за размытых критериев исключений. Особенно с учетом того, что на одной платформе одной организацией (владельцем) может осуществляться множество видов деятельности, некоторые из которых будут подпадать под исключение, а некоторые – нет. Либо, если владелец платформы реализует через нее свой товар (услугу), но эпизодически осуществляет посредничество в реализации чужих товаров и услуг – будет ли подпадать деятельность такой цифровой платформы под действие данного закона? Из положений закона это также не ясно, что создает потенциальные проблемы в его применении.

Кроме того, возникает проблема монобрендовых платформ. Исключение устанавливается для платформ, распространяющих «исключительно товары, услуги, принадлежащие владельцам информационных ресурсов». Интернет-магазины некоторых брендов под это определение подпадают, так как продают только свой бренд, но большинство являются ритейлерами с собственными товарами (например, М.Видео, где продаются и товары собственных торговых марок, и товары других брендов). Возникает коллизия: если платформа продает товары других брендов и собственных, она уже не подпадает под критерий «исключительно»? Или под словом «принадлежат» будет пониматься не производство данных товаров, а обладание ими на праве собственности? Эти вопросы также остаются неразрешенными и требуют толкования.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что определения цифровой платформы

и посреднической цифровой платформы, закрепленные в принятом Законе о платформах, настолько широки и универсальны, что под них подпадает практически любой значительный онлайн-сервис (соцсети, маркетплейсы, агрегаторы, сервисы поездок и доставки, приложения для знакомств и т. д.). Однако закрепленный в ст. 1 блок исключений также чрезвычайно широк и охватывает целые сектора экономики. В результате возникает правовая неопределенность. Оператору сложно понять, распространяется ли на него закон, не дожидаясь разъяснений регулятора или судебной практики. Это создает риски как для бизнеса (неожиданное попадание под регулирование), так и для регулятора (сложность в проведении границ). Отсутствие однозначных критериев для признания платформы посреднической (например, по объему операций или количеству участников) может создавать лазейки для обхода правил.

Заключение

Проведенное исследование подтверждает необходимость дифференцированного подхода к правовому регулированию цифровых платформ в зависимости от их функционального назначения. Принятие Закона о платформах является важным шагом в формировании правовых основ функционирования цифровых платформ, однако его нормы нуждаются в существенной доработке.

В целях совершенствования действующего законодательства представляется необходимым:

1) внести изменения в ст. 2 Закона о платформах, разграничив понятия «посредническая цифровая платформа (коммерческий посредник)» и «информационная платформа (коммуникационный посредник)», либо распространить действие закона на все виды платформ, выделив для них специальные разделы (главы) с учетом специфики деятельности;

2) дополнить ч. 3 ст. 1 Закона о платформах положением, определяющим порядок действий для гибридных платформ. Например, установить, что, если доля дохода платформы от посреднических операций (обеспечение сделок между третьими лицами) превышает определенный порог (например, 20 % от общего оборота), на платформу в полном объеме распространяется действие данного закона. Это позволит избежать ситуации, когда платформа искусственно маскирует свою деятельность под продажу собственных товаров, уходя от регулирования;

3) разработать и утвердить методику отнесения информационных систем к категории «посреднические цифровые платформы» с учетом количественных показателей (количество пользователей, объем транзакций, число партнеров), что снизит коррупционные риски и обеспечит единообразие правоприменительной практики.

Реализация данных предложений позволит сбалансировать интересы государства, бизнеса и потребителей, создав прозрачные и предсказуемые условия для развития платформенной экономики в России.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Кулагина Н. А., Казаков О. Д., Чепикова Е. М. Классификация цифровых платформ и специфика их функционирования в сложных экономических системах // Естественно-гуманитарные исследования. 2023. № 3 (47). С. 145–149.
2. Попов Е. В., Веретенникова А. Ю. Типология цифровых платформ долевой экономики // *Tegea Economicus*. 2022. Т. 20, № 4. С. 45–58. <https://doi.org/10.18522/2073-6606-2022-20-4-45-58>.
3. Попов Е. В., Симонова В. Л., Гришина В. В. Типология цифровых платформ межфирменных взаимодействий // *Экономический анализ: теория и практика*. 2020. Т. 19, № 7. С. 1231–1248. <https://doi.org/10.24891/ea.19.7.1231>.
4. Поляков М. Л. Основные подходы к типологии цифровых медиаплатформ // *Вестник Российского университета дружбы народов. Сер.: Литературоведение, журналистика*. 2022. Т. 27, № 2. С. 399–413. <https://doi.org/10.22363/2312-9220-2022-27-2-399-413>.

5. Наролина Т. С., Смотровая Т. И., Некрасова Т. А. Анализ современного состояния цифровых платформ // Наука Красноярья. 2020. Т. 9, № 2. С. 184–205. <https://doi.org/10.12731/2070-7568-2020-2-184-205>.
6. Раменская Л. А. Взаимодействие цифровых платформ с ключевыми заинтересованными сторонами: контент-анализ // Управленец. 2021. Т. 12, № 5. С. 96–106. <https://doi.org/10.29141/2218-5003-2021-12-5-7>.
7. Володина Н. Л. Преимущества создания цифровой экосистемы // Организатор производства. 2021. Т. 29, № 4. С. 104–111. <https://doi.org/10.36622/VSTU.2021.95.61.011>. (In Russ.)
8. Тополева Т. Н. Моделирование цифровой платформы инновационной производственной экосистемы региона // Вестник Казанского аграрного университета. 2024. Т. 19, № 4. С. 135–143. <https://doi.org/10.12737/2073-0462-2024-135-143>.
9. Молодчик Н. А., Брагина Д. С. Внешние и внутренние цифровые экосистемы: российские практики // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки. 2023. № 1. С. 142–158. <https://doi.org/10.15593/2224-9354/2023.1.11>.
10. Сердюков Р. Д. Роль и место цифровых платформ в развитии промышленных предприятий: экосистемный подход // Естественно-гуманитарные исследования. 2021. № 5 (37). С. 249–255. <https://doi.org/10.24412/2309-4788-2021-537-249-255>.
11. Жевняк О. В. Цифровая платформа как технико-технологический феномен и его правовое значение // Вестник Пермского университета. Юридические науки. 2024. № 4 (66). С. 541–561. <https://doi.org/10.17072/1995-4190-2024-66-541-561>.
12. Жевняк О. В. Цифровые платформы как вид экономических рыночных отношений и отражение этого аспекта в правовом режиме цифровых платформ // Юридические исследования. 2023. № 8. С. 96–127. <https://doi.org/10.25136/2409-7136.2023.8.43646>.

REFERENCES

1. Kulagina N. A., Kazakov O. D., Chepikova E. M. Classification of digital platforms and specifics of their functioning in complex economic systems // Natural-Humanitarian Sciences. 2023. No. 3 (47). P. 145–149. (In Russ.)
2. Popov E. V., Veretennikova A. Yu. Typology of digital platforms in shared economy // Terra Economicus. 2022. Vol. 20, no. 4. P. 45–58. <https://doi.org/10.18522/2073-6606-2022-20-4-45-58>. (In Russ.)
3. Popov E. V., Simonova V. L., Grishina V. V. A typology of digital platforms of interfirm interaction // Economic analysis: theory and practice. 2020. Vol. 19, iss. 7. P. 1231–1248. <https://doi.org/10.24891/ea.19.7.1231>. (In Russ.)
4. Polyakov M. L. Basic approaches to the typology of digital media platforms // RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism. 2022. No. 27 (2). P. 399–413. <https://doi.org/10.22363/2312-9220-2022-27-2-399-413>. (In Russ.)
5. Narolina T. S., Smotrova T. I., Nekrasova T. A. Analysis of the modern state of digital platforms // Krasnoyarsk science. 2020. Vol. 9, no. 2. P. 184–205. <https://doi.org/10.12731/2070-7568-2020-2-184-205>. (In Russ.)
6. Ramenskaya L. A. Interaction between digital platforms and key stakeholders: A content analysis // Upravlenets – The Manager. 2021. Vol. 12, no. 5. P. 96–106. <https://doi.org/10.29141/2218-5003-2021-12-5-7>. (In Russ.)
7. Volodina N. L. Advantages of creating a digital ecosystem // Organizer of production. 2021. Vol. 29, no. 4. P. 104–111. <https://doi.org/10.36622/VSTU.2021.95.61.011>. (In Russ.)
8. Topoleva T. N. Modeling of a digital platform of an innovative production ecosystem of the region // Vestnik of Kazan Agrarian State University. 2024. Vol. 19, no. 4. P. 135–143. <https://doi.org/10.12737/2073-0462-2024-135-143>. (In Russ.)
9. Molodchik N. A., Bragina D. S. External and internal digital ecosystems: Russian practices // Economics Bulletin. 2023. No. 1. P. 142–158. <https://doi.org/10.15593/2224-9354/2023.1.11>. (In Russ.)
10. Serdyukov R. D. The role and place of digital platforms in the development of industrial enterprises: ecosystem approach // Natural-Humanitarian Sciences. 2021. No. 5 (37). P. 249–255. <https://doi.org/10.24412/2309-4788-2021-537-249-255>. (In Russ.)

11. Zhevnyak O. V. Digital platform as a technical-technological phenomenon and its legal significance // Perm University Herald. Juridical Sciences. 2024. No. 4 (66). P. 541–561. <https://doi.org/10.17072/1995-4190-2024-66-541-561>. (In Russ.)

12. Zhevnyak O. V. Digital platforms as a type of economic market relations and the reflection of this aspect in the legal regime of digital platforms // Legal studies. 2023. No. 8. P. 96–127. <https://doi.org/10.25136/2409-7136.2023.8.43646>. (In Russ.)

Информация об авторе:

Чурикова А. Ю. – доктор юридических наук, доцент.

Information about the author:

Churikova A. Yu. – Doctor of Law, Associate Professor.

Статья поступила в редакцию 16.02.2026; одобрена после рецензирования 17.02.2026; принята к публикации 19.03.2026.

The article was submitted 16.02.2026; approved after reviewing 17.02.2026; accepted for publication 19.03.2026.