

Хубиев Исмаил Дахирович

Магистрант 2 курса

Высшая школа государственного администрирования,

МГУ имени М.В. Ломоносова, г. Москва,

ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ РЕГУЛЯТОРНОЙ СРЕДЫ МАРКЕТПЛЕЙСОВ НА МАЛЫЙ И СРЕДНИЙ БИЗНЕС В ИНДУСТРИИ МОДЫ

Аннотация: В статье исследуется влияние регуляторной среды маркетплейсов на малый и средний бизнес в индустрии моды. Предметом исследования выступают экономические и институциональные последствия действующих нормативно-правовых и организационно-управленческих механизмов регулирования платформенной торговли для субъектов малого и среднего предпринимательства. Цель работы заключается в оценке того, каким образом регуляторная среда маркетплейсов отражается на устойчивости бизнес-модели предприятия индустрии моды. В статье выделены три ключевых направления анализа: издержки соответствия обязательным требованиям, перераспределение рисков между платформой, продавцом и покупателем, а также усиление зависимости малого бизнеса от внутренних правил цифровых площадок. Сделан вывод о том, что действующая регуляторная среда одновременно способствует упорядочению и легализации платформенной торговли, но вместе с тем повышает административную и операционную нагрузку на малые предприятия индустрии моды.

Ключевые слова: маркетплейсы, регуляторная среда, малый и средний бизнес, индустрия моды, платформенная торговля.

ASSESSING THE IMPACT OF THE REGULATORY ENVIRONMENT OF MARKETPLACES ON SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES IN THE FASHION INDUSTRY

Abstract: The article examines the impact of the regulatory environment of marketplaces on small and medium-sized businesses in the fashion industry. The subject of the study is the economic and institutional consequences of the current regulatory, organizational and managerial mechanisms for regulating platform trading for small and medium-sized businesses. The purpose of the work is to assess how the regulatory environment of marketplaces affects the sustainability of the business model of a fashion industry enterprise. The article highlights three key areas of analysis: the costs of compliance with mandatory requirements, the redistribution of risks between the platform, the seller and the buyer, and the increasing dependence of small businesses on the internal rules of digital platforms. It is concluded that the current regulatory environment simultaneously contributes to the streamlining and legalization of platform trading, but at the same time thereby increasing the administrative and operational burden on small businesses in the fashion industry.

Keywords: marketplaces, regulatory environment, small and medium-sized businesses, fashion industry, platform trading.

Регуляторная среда маркетплейсов воздействует на малый и средний бизнес в индустрии моды через изменение параметров хозяйственной деятельности: структуры издержек, условий доступа к платформенной инфраструктуре, порядка взаимодействия с потребителем, распределения ответственности по возвратам и степени зависимости продавца от внутренних правил цифровой площадки. По этой причине ее влияние следует оценивать по тому, каким образом действующие требования отражаются на устойчивости бизнес-модели малого предприятия. В результате даже относительно нейтральные с точки зрения государства регуляторные решения способны существенно менять экономику МСП.

Аналитически влияние регуляторной среды на МСП в индустрии моды можно рассматривать в трех взаимосвязанных измерениях. Первое измерение связано с издержками соответствия обязательным требованиям. Второе – с перераспределением рисков между платформой, продавцом и покупателем. Третье – с тем, в какой мере действующая модель регулирования ограничивает либо, напротив, усиливает зависимость малого бизнеса от крупнейших платформенных операторов. Именно такая структура анализа позволяет перейти от формального обзора законодательства к оценке фактических последствий для предпринимательской практики.

В электронной торговле в сегменте моды потребительские гарантии имеют повышенное значение, поскольку решение о покупке принимается в условиях неполной информации: покупатель не может заранее оценить посадку изделия, фактуру материала, точность оттенка и соответствие товара индивидуальным ожиданиям. Поэтому право на возврат, обмен, получение полной информации о товаре и использование удобной логистической схемы становится одним из базовых условий спроса. По данным Data Insight, среди факторов, влияющих на выбор онлайн-площадки для покупки одежды и обуви, наиболее значимыми являются гарантия возврата и обмена товаров – 44%, возможность примерки перед покупкой – 44%, акции и специальные предложения – 41%, итоговая цена корзины – 40%, сроки доставки – 37%, наличие рейтингов и отзывов о товарах – 36% (см. рис. 2.9).

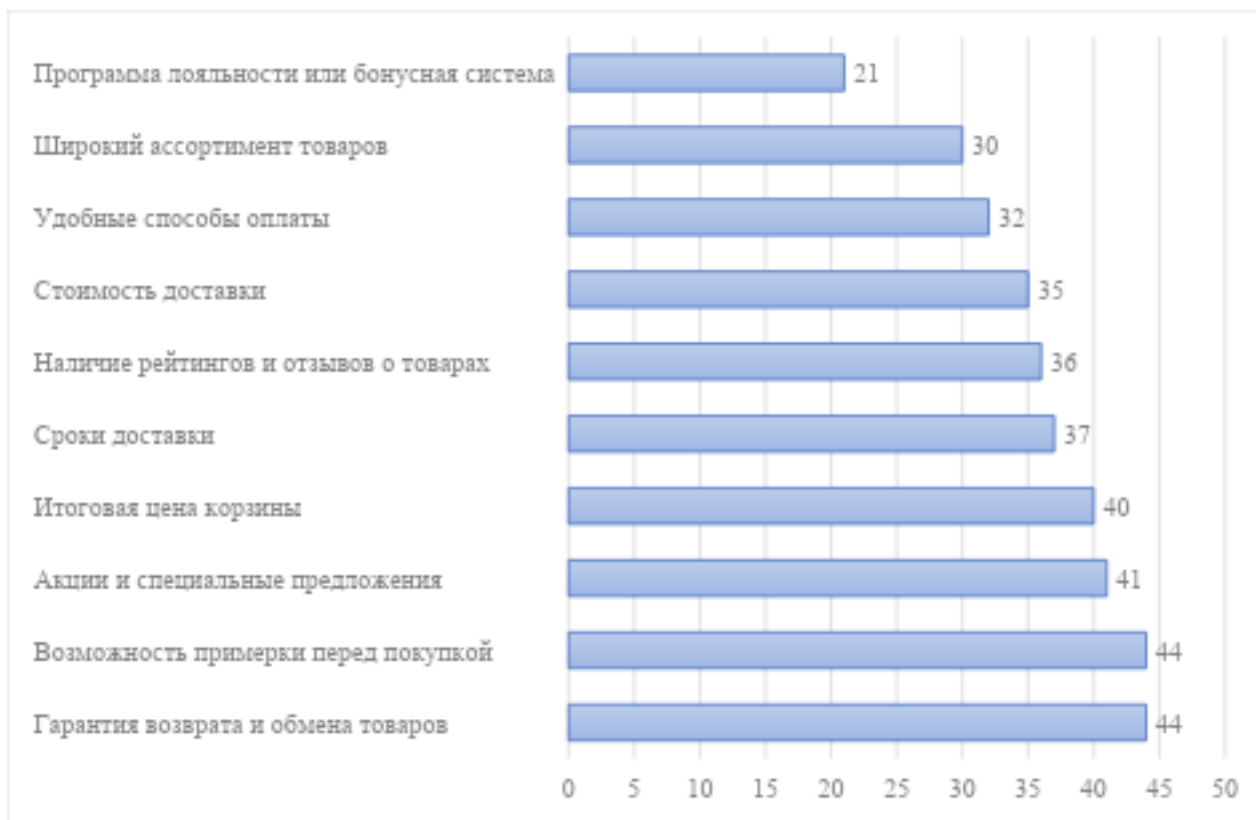


Рис. 2.9 – Факторы, влияющие на выбор онлайн-площадки для покупки одежды и обуви в Российской Федерации в 2024 году, в % респондентов

Источник: составлено автором по данным Data Insight. – URL: https://datainsight.ru/DI_eCommerce_2025 (дата обращения: 09.04.2026). – Текст: электронный.

Такие нормы поддерживают доверие к платформенной торговле, снижают психологический барьер покупки и расширяют объем спроса, однако в то же время, они усиливают экономическую нагрузку на продавца, поскольку именно он несет издержки, связанные с возвратами, обратной логистикой, повторной упаковкой, замедлением оборачиваемости и возможной уценкой товара. Таким образом, чем выше доля возвратов, тем меньше связь между ростом заказов и фактическим улучшением результата бизнеса. Поэтому защита прав потребителей в рассматриваемом сегменте поддерживает рынок со стороны спроса и повышает чувствительность «малого» продавца к качеству карточки товара, срокам доставки, точности описания и размерным характеристикам продукции.

Участие в платформенной торговле предполагает соблюдение формально обязательных требований, а также постоянное поддержание конкурентоспособности внутри самой цифровой экосистемы. «Малый» продавец должен обеспечивать качество карточек товара, работать с отзывами, отслеживать изменения алгоритмической выдачи, использовать аналитику, участвовать в продвижении и интегрировать продажи с внутренними и внешними учетными системами. Согласно проведенному онлайн-опросу, в котором приняли 205 продавцов в рамках исследования «Рынок услуг для селлеров: типы сервисов», было выявлено, что участие в платформенной торговле требует постоянных вложений в организационную адаптацию (см. рис. 2.10).

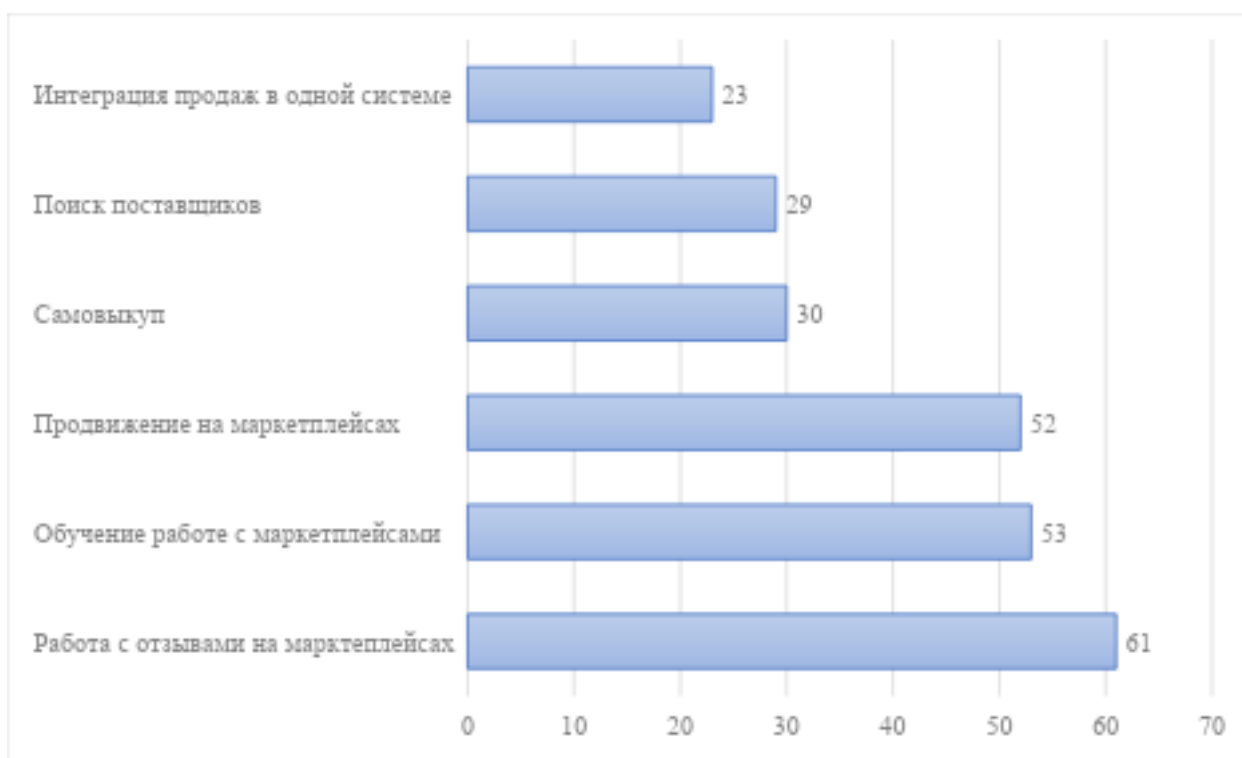


Рис. 2.10 – Услуги для селлеров маркетплейсов, использованные за последние 6 месяцев в 2024 году, в % респондентов

Источник: составлено автором по данным Data Insight. – URL: https://datainsight.ru/DI_eCommerce_2025 (дата обращения: 09.04.2026). – Текст: электронный.

Для индустрии моды значение таких расходов велико, поскольку визуальное представление товара, работа с отзывами и текущая видимость

карточки непосредственно влияют на конверсию и возвратность, и, разумеется, фактическая стоимость присутствия МСП на маркетплейсе заметно превышает сумму формально обязательных комиссий и платежей.

Для малого бизнеса в индустрии моды регуляторная нагрузка носит неравномерный характер. Для предприятий с более узким ассортиментом, относительно стабильной размерной сеткой и простыми логистическими схемами требования к маркировке, документообороту и сопровождению продаж, хотя и являются затратными, но остаются управляемыми. Для брендов с широкой линейкой моделей, сезонным обновлением коллекций и высокой долей возвратов даже небольшое ужесточение требований способно непропорционально увеличить административные и операционные издержки. То есть при совершенствовании государственной политики целесообразно учитывать не только общий статус субъекта как МСП, но и отраслевые особенности его деятельности.

В совокупности проведенная оценка позволяет сделать следующие выводы. Действующая регуляторная среда маркетплейсов в Российской Федерации действительно повышает прозрачность цифрового товарного оборота, усиливает защиту прав потребителей, ограничивает часть недобросовестных платформенных практик и способствует легализации рынка. Для добросовестных продавцов это создает более упорядоченную и предсказуемую институциональную среду. Вместе с тем цена участия в платформенной торговле для малого бизнеса возрастает. Рост обязательных и сопутствующих издержек, высокая чувствительность к возвратам, зависимость от качества цифрового представления товара, потребность в постоянной адаптации к внутренним правилам платформы и сохраняющаяся концентрация доступа к спросу у ограниченного числа операторов формируют ситуацию, при которой положительный эффект регулирования не является безусловным.

Для сегмента одежды, обуви и аксессуаров это означает следующее: регуляторная среда укрепляет формальную устойчивость рынка, однако

повышает порог экономической устойчивости для малого и среднего бизнеса. Следовательно, дальнейшее совершенствование государственной политики в данной сфере должно быть направлено не только на усиление контроля и прозрачности, но и на выработку механизмов, способных снизить непропорциональную административную и операционную нагрузку на добросовестных производителей и продавцов fashion-сегмента.

Список использованных источников литературы

1. Министерство экономического развития. Законопроект о регулировании платформенной экономики принят Госдумой в первом чтении. – 2025. – URL: [https://www.economy.gov.ru/material/news/zakonoproekt_o_regulirovanii_platfor mennoy_ekonomiki_prinyat_gosdumoy_v_pervom_chtenii.html](https://www.economy.gov.ru/material/news/zakonoproekt_o_regulirovanii_platfor_mennoy_ekonomiki_prinyat_gosdumoy_v_pervom_chtenii.html) (дата обращения: 11.04.2026). – Текст: электронный.
2. Федеральная антимонопольная служба. Ozon и Wildberries исполнили рекомендации экспертного совета при ФАС. – 2025. – URL: <https://fas.gov.ru/news/34312> (дата обращения: 11.04.2026). – Текст: электронный.
3. Федеральный закон от 31 июля 2025 г. № 289-ФЗ «Об отдельных вопросах регулирования платформенной экономики в Российской Федерации». – URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/412323594/> (дата обращения: 07.04.2026). – Текст: электронный.
4. Data Insight. Маркетинговое исследование Интернет-торговля в России. – 2025. – URL: https://datainsight.ru/DI_eCommerce_2025 (дата обращения: 09.04.2026). – Текст: электронный.
5. European Parliament. Fairness and transparency for business users of online services // Briefing EU Legislation in Progress. – 2019. – URL: https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2018/625134/EPRS_BRI%282018%29625134_EN.pdf (дата обращения: 07.04.2026). – Текст: электронный.

List of used literature sources

1. Ministry of Economic Development. The draft law on the regulation of the platform economy was adopted by the State Duma in the first reading. – 2025. – URL: https://www.economy.gov.ru/material/news/zakonoproekt_o_regulirovanii_platfornennoy_ekonomiki_prinyat_gosdumoy_v_pervom_chtenii.html (date of request: 04/11/2026). – Text: electronic.
2. Federal Antimonopoly Service. Ozon and Wildberries have implemented the recommendations of the FAS Expert Council. – 2025. – URL: <https://fas.gov.ru/news/34312> (date of request: 04/11/2026). – Text: electronic.
3. Federal Law No. 289-FZ dated July 31, 2025 "On Certain Issues of Regulating the Platform Economy in the Russian Federation". – URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/412323594> / date of access: 04/07/2026). – Text: electronic.
4. Data Insight. Marketing research of Online commerce in Russia. – 2025. – URL: https://datainsight.ru/DI_eCommerce_2025 (date of request: 04/09/2026). – Text: electronic.
5. European Parliament. Fairness and transparency for business users of online services // Briefing EU Legislation in Progress. – 2019. – URL: https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2018/625134/EPRS_BRI%282018%29625134_EN.pdf date of request: 04/07/2026). – Text: electronic.