

УДК 347.441.142

DOI: 10.17072/2619-0648-2026-1-65-77

Цифровые платформы взаимодействия профессиональных участников рынка (B2B-сегмент)

А. А. Крыцула

Кандидат юридических наук, доцент,
профессор кафедры гражданского права

Северо-Кавказский филиал Российского государственного
университета правосудия имени В. М. Лебедева
350020, Россия, г. Краснодар, ул. Красных Партизан, 234

E-mail: krytsulaa@mail.ru

Аннотация: *в условиях масштабной цифровой трансформации и стремительных экономических преобразований использование преимуществ технологического развития является настоящей необходимостью для выживания бизнеса на высококонкурентных технологизированных рынках. В статье показано значение платформизации отечественной экономики, в том числе внимание законодателя к этому процессу, которое прослеживается через принятые стратегические акты; проведена дифференциация цифровых платформ в сегменте B2B в зависимости от их роли в заключении и исполнении договоров; обозначена специфика платформенных решений B2B; уделено внимание цифровизации корпоративных отношений; описаны цифровые посредники, наличествующие в цифровой среде; затронуты такие аспекты исследуемой проблематики, как «цифровое предприятие» и профилизация предпринимательства в интернет-пространстве.*

Ключевые слова: *цифровая трансформация; платформизация; предпринимательство; цифровое предприятие; цифровые платформы; платформенные решения; бизнес-аккаунт в социальной сети*

© Крыцула А. А., 2026



Эта работа распространяется по лицензии CC BY 4.0. Чтобы просмотреть копию этой лицензии, посетите <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Digital Platforms for Interaction of Professional Market Participants (B2B Segment)

A. A. Krytsula

North Caucasus Branch of the V. M. Lebedev Russian State
University of Justice
234, Krasnykh Partizan st., Moscow, 350020, Russia

E-mail: krytsulaa@mail.ru

Abstract: *in the context of large-scale digital transformation and rapid economic changes, leveraging the benefits of technological development is an urgent need for business survival in highly competitive technology-driven markets. The article shows the significance of platformization of the domestic economy, including the attention of the legislator to this process, traced through some strategic acts; the differentiation of digital platforms in the B2B segment depending on their role in the conclusion and execution of the contract is given; the specifics of B2B platform solutions are outlined; attention is paid to the digitalization of corporate relations; digital intermediaries present in the digital environment are described; such aspects of the studied problem as “digital enterprise” and the profiling of entrepreneurship in the Internet space are touched upon.*

Keywords: *digital transformation; platformization; entrepreneurship; digital enterprise; digital platforms; platform solutions; business account on a social network*

Аббревиатура B2B прочно вошла в терминологический аппарат предпринимательского и юридического сообщества для обозначения отношений, возникающих между субъектами предпринимательской деятельности. В Концепции технологического развития на период до 2030 года (далее по тексту также Концепция), утвержденной распоряжением Правительства РФ от 20 мая 2023 г. № 1315-р, отмечается потребность в создании системы организационных форм (платформ), обеспечивающих активность объединений бизнеса и экспертных сообществ в целях развития технологических рынков. Кроме того, Концепция указывает на необходимость развития цифровых платформ и информационных сервисов для обеспечения сетевого взаимодействия субъектов технологического развития. Так, платформенные решения могут служить для укрепления позиций субъектов предпринимательской деятельности на рынке, в ряде же случаев платформы становятся основой деятельности в сети Интернет. Прежде всего это относится к тем видам бизнеса, осуществление которых невозможно в отсутствие взаимодействия онлайн и которые связаны с оборотом результатов интеллектуальной деятельности и цифровых объектов экономического оборота.

О цифровых платформах взаимодействия профессиональных участников рынка (B2B-сегмент). К договорам B2B в цифровой среде относятся предоставление облачных сервисов, услуги хостинга, рекламные услуги в сети Интернет, осуществле-

ние продаж традиционных товаров и услуг коммерческого назначения¹, а также технологические платформы – системы электронного документооборота, платформы расчетов, логистики, бухгалтерского учета, платформенные решения для отслеживания исполнения договоров и т.д. Автоматизация и прозрачность процессов позволяют оптимизировать их в условиях количественного роста поставок и расчетов. Платформенные решения предлагают неожиданные и при этом эффективные способы решения производственных проблем. Так, частные платформенные решения в сфере сельского хозяйства могут быть использованы для контроля параметров сельскохозяйственных объектов (например, объема расходов воды, урожайности, маршрутов движения хозяйственной техники), автоматизации учета (например, графиков смен и обработки площадей)². Отраслевые платформы востребованы в сфере привлечения и развития кадров³.

В связи с этим представляется закономерным внимание государства к платформизации отраслей хозяйства. В частности, на необходимость внедрения платформенных решений указывается в актах стратегического планирования в области развития энергетики⁴ и промышленности⁵. В рамках интеграции отдельных систем Министерства сельского хозяйства планируется создание единой цифровой платформы для обеспечения прогнозирования показателей агропромышленных и рыбохозяйственных комплексов, субсидирования и сельскохозяйственного страхования⁶.

В литературе ставилась под вопрос потребность в выделении B2B-сегмента электронной коммерции для целей правового анализа⁷. Тем не менее представляется, что к подобным платформам должны применяться иные требования, чем к платформам C2C-, B2C- и B2G-сегментов. Повышенные требования к условиям гражданской правовой ответственности субъектов предпринимательской деятельности обусловлены целеполаганием на извлечение прибыли и, как следствие, предположением о наличии профессиональных знаний, повышающих понимание субъектами оборота материального содержания договора и участие в его создании. Платформенные решения могут быть использованы субъектами предпринимательской деятельности и внутри отдельной организации, и в рамках внешнего взаимодействия. Необходимо

¹ Савельев А. И. Электронная коммерция в России и за рубежом: правовое регулирование. М.: Статут, 2014.

² Монахов С. В., Уколова Н. В. Цифровая трансформация трансфера технологий в сельском хозяйстве: создание и использование цифровых платформ // АПК: экономика, управление. 2022. № 6. С. 25–32.

³ Хворостяная А. С. Стратегирование суверенитета отечественных брендов легкой промышленности и индустрии моды // Экономическое возрождение России. 2023. № 1 (75). С. 156.

⁴ Энергетическая стратегия Российской Федерации на период до 2050 года: утв. распоряжением Правительства Рос. Федерации от 12 апр. 2025 г. № 908-р.

⁵ Стратегия развития электронной промышленности Российской Федерации на период до 2030 года: утв. распоряжением Правительства Рос. Федерации от 17 янв. 2020 г. № 20-р (ред. от 21.10.2024).

⁶ Стратегическое направление в области цифровой трансформации отраслей агропромышленного и рыбохозяйственного комплексов Российской Федерации на период до 2030 года: утв. распоряжением Правительства Рос. Федерации от 23 нояб. 2023 г. № 3309-р.

⁷ Савельев А. И. Указ. соч.

отметить, что в условиях вероятности антимонопольных злоупотреблений наиболее крупные участники бизнес-сообщества склоняются к созданию собственных сайтов – своего рода цифровой витрины, используемой для представления субъекта в тех или иных сферах (поиск клиентов, размещение вакансий и т.д.).

Дифференциация цифровых платформ в B2B-сегменте. Все случаи внешнего взаимодействия посредством использования платформы можно подразделить на виды в зависимости от ее роли в заключении и исполнении договора. Во-первых, заключение договора может опосредоваться платформой, однако его исполнение будет осуществляться в среде офлайн. Необходимо в данном случае отметить, что на большое количество субъектов гражданского оборота не распространяется действие норм о публичных закупках и, как следствие, в отношении них не действует специальный преддоговорный порядок. Однако использование потенциала цифровой среды позволяет упростить поиск контрагентов и внедрить практику частных закупочных процедур, чрезвычайно затрудненных в среде офлайн. Второй случай использования платформ – возникновение в среде офлайн правоотношений, которые будут развиваться в рамках платформ и информационных систем (например, в части оказания банковских услуг). Закономерно, что третьим случаем взаимодействия является использование платформенных решений, в полной мере опосредующих всю динамику правоотношения сторон (например, предоставление услуг хостинга). Третий сегмент расширяется постоянно, при этом наблюдается тенденция исчезновения аналоговых представительств субъектов предпринимательской деятельности. Примером может служить Т-Банк, чья работа с клиентами осуществляется исключительно посредством использования банковского приложения.

Специфика платформенных решений B2B. Необходимо отметить такую особенность использования платформенных решений B2B, как ограниченное количество пользователей по сравнению со сферой B2C. В сегменте B2B высока роль саморегулирования, существующие правовые конструкции позволяют обеспечить регулирование договорных отношений, возникающих в цифровой среде, но реализуемых в среде офлайн. При этом посредническая функция платформ в части поиска проявляется не так явно, что снижает роль цифрового представительства при заключении договоров по сравнению с остальными сферами. Кроме того, платформы B2B находятся под меньшим влиянием так называемых сетевых эффектов, поскольку объединяют меньшее количество участников и гораздо более закрыты для новых компаний⁸. С этим связана и узкая специализация платформ. Зачастую это означает, что платформы обслуживают небольшие целевые сегменты, а рынок становится довольно фрагментированным⁹. В связи с этим можно предположить, что потенциально сегмент цифровых платформ для целей обслуживания B2B является привлекательным для развития IT-индустрии.

Возрастает же роль платформ в тех случаях, когда договор и заключается, и исполняется в цифровой среде, в том числе посредством смарт-контрактов и технологии

⁸ Feike M., Rösch J. Nuanced but important: A literature-based comparison between B2B and B2C platforms // *Decision Analytics Journal*. 2024. Vol. 10. P. 2.

⁹ Ibid. P. 3–4.

блокчейн. Одним из положительных аспектов автоматизации на основе блокчейна является вывод посредника в виде менеджера из ряда процессов и больший доступ участников к управлению корпорацией¹⁰. Посредником становится сама платформа, и осуществление транзакции, ее безопасность и неизменность обеспечиваются платформенным решением. При этом необходимо отметить, что повсеместная автоматизация исполнения обязательств может не коррелировать с реально сложившимися правоотношениями применительно к тем договорам, заключение которых опосредуется платформой, но исполнение происходит в офлайн-среде. В данном случае имеют место нарушения отслеживаемости, причиной которых может быть человеческий фактор (например, невнесение информации на каком-либо из этапов поставки). Необходимо еще добавить, что не всегда такая оптимизация способна сократить издержки бизнеса и увеличить его доходы: любая корпоративная платформа потребует расходов на содержание.

Исполнение договорных обязательств также может быть затруднено техническими сбоями и помехами в работе платформы. Интересно отметить, как в данном случае выражение “code is law” проецируется на возникающие правоотношения. Мы не можем разграничить, вызваны ли возникшие затруднения нарушением условий договора или же просто техническим сбоем, осложняющим его выполнение. Поэтому наиболее существенной функцией для платформ B2B является функция технологическая.

О цифровизации корпоративных правоотношений. Особую роль в развитии B2B-сегмента играет цифровизация корпоративных отношений. Цифровизация корпоративного управления поднимает уровень доверия в корпоративной среде, обеспечивая информирование профессиональных участников рынка о финансово-экономическом положении и, как следствие, повышая открытость и инвестиционную привлекательность. Во многом такая трансформация касается автоматизации классических корпоративных процедур, например ведения реестра участников юридического лица, дистанционного голосования акционеров, дистанционного проведения общих собраний, распространения информации и деятельности юридического лица в предусмотренных законом случаях¹¹. Особое внимание к таким процедурам за последние годы было обусловлено пандемией COVID-19 и ограничительными мерами¹².

Активное использование участниками рынка возможностей цифровой среды вылилось в создание так называемых цифровых корпораций, которые являются не только ключевыми игроками на международных рынках, но и одновременно полем этой игры¹³. В качестве черт цифровых корпораций в литературе выделяют взаимо-

¹⁰ Санникова Л. В. Блокчейн в корпоративном управлении: проблемы и перспективы // Право и экономика. 2019. № 4. С. 27–36.

¹¹ Волос Е. П. Использование смарт-контракта в корпоративных отношениях // Ахмедов А. Я., Волос А. А., Волос Е. П. Концепция правового регулирования отношений, осложненных использованием смарт-контрактов: моногр. / под ред. А. А. Волоса. М.: Проспект, 2021. С. 187–188.

¹² Обзор практики корпоративного управления в российских публичных обществах по итогам 2019 года. URL: https://cbr.ru/Collection/Collection/File/31741/Review_corp_14122020.pdf.

¹³ Jiménez González A. Tech power: a critical approach to digital corporations // Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales. 2020. Vol. 17, № 1. P. 81.

действие участников в цифровом пространстве, объединение вкладов для достижения общей цели и удостоверение прав участия в информационной системе¹⁴. Существует и более широкое понимание цифровой корпорации как новой организационной формы ведения бизнеса, которая в собственной деятельности опирается на новые бизнес-модели, включая цифровые технологические платформы¹⁵.

Вопрос о развитии корпоративного управления на основе цифровых технологий возник в связи с распространением криптовалют и токенов, что дает основания говорить о формировании полноценного цифрового рынка¹⁶. Стремлением к развитию российских юридических лиц с привлечением криптоактивов было продиктовано принятие Федерального закона от 31 июля 2020 г. № 259-ФЗ¹⁷, в котором, в частности, дается определение цифровых финансовых активов (ЦФА): таковыми признаются «цифровые права, включающие в том числе возможность осуществления прав по эмиссионным ценным бумагам, права участия в капитале непубличного акционерного общества, право требовать передачи эмиссионных ценных бумаг».

О цифровых посредниках. В качестве специальных субъектов оборота ЦФА были введены оператор информационной системы выпуска ЦФА и оператор информационной системы обмена ЦФА. Общеизвестно, что в ходе технологического развития наблюдается тенденция избавления от посредников¹⁸. Однако оператор информационной системы обмена ЦФА все же становится таким посредником – и в понимании техническом (поскольку обеспечивает заключение сделок с ЦФА путем сбора и сопоставления разнонаправленных заявок на совершение таких сделок), и в понимании гражданско-правовом (поскольку может обеспечивать заключение сделок¹⁹ путем участия за свой счет в сделке с ЦФА в качестве стороны такой сделки в интересах третьих лиц²⁰). И в этом качестве посредника он препятствует развитию цифровых финансовых активов, поскольку повышает транзакционные издержки участников

¹⁴ Олейник Е. В., Шевченко О. М. Понятие и правовое регулирование цифровой корпорации // Предпринимательское право. 2023. № 2. С. 36–41.

¹⁵ Карцхия А. А. Цифровые корпорации в новом качестве управления // Гражданское право. 2020. № 4. С. 22–26.

¹⁶ Шевченко О. М. Влияние новых технологий на развитие законодательства о рынке ценных бумаг // Актуальные проблемы российского права. 2022. Т. 17, № 11. С. 82.

¹⁷ О цифровых финансовых активах, цифровой валюте и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации: Федер. закон от 31 июля 2020 г. № 259-ФЗ: принят Гос. Думой 22 июля 2020 г.: одобрен Советом Федерации 24 июля 2020 г. (ред. от 27.10.2025).

¹⁸ См., например: Цифровизация нотариальной деятельности: сравнительно-правовой аспект / З. Б. Хавжокова, З. А. Зумакулова, И. Б. Карамурзова [и др.] // Вопросы экономики и права. 2022. № 168. С. 7–11.

¹⁹ См., например: Орсаева А. В., Кокова Д. А. Правовое регулирование процедуры заключения сделок в Российской Федерации // Бизнес и общество. 2025. № 1 (45). URL: https://business-society.ru/2025/1-45/13_orsaeva.pdf.

²⁰ Подробнее об этом см.: Захаркина А. В. Правовой режим цифровых финансовых активов // Право и экономика. 2022. № 11. С. 26–33; Захаркина А. В., Кузнецова О. А. Цифровые финансовые активы и цифровая валюта как новые инструменты эффективной реализации виртуальных хозяйственных связей субъектов МСП // Проблемы экономики и юридической практики. 2020. Т. 16, № 6. С. 148–153.

отношений и влияет на саму природу отношений, фактически исключая господство участников над объектами прав²¹. При этом само наличие такого субъекта, обладающего одновременно функциями реестродержателя, может рассматриваться как излишнее, поскольку платформа сама способна фиксировать и сохранять информацию о транзакциях²². Можно предположить, что введение фигуры оператора обмена ЦФА обусловлено стремлением установить предварительный контроль вместо отслеживания транзакций уже после их осуществления в рамках ex post контроля. В таких условиях встает вопрос о поиске баланса между необходимостью обеспечения безопасности участников оборота, с одной стороны, и скоростью и простотой транзакций – с другой. Одновременно с этим можно наблюдать иную тенденцию развития рынка криптоактивов: многие участники рынка стремятся вести бизнес в странах с более мягким режимом регулирования²³, что возможно только в условиях открытого трансграничного интернет-пространства.

На оператора платформы накладываются дополнительные обязанности, обусловленные корпоративной природой регулируемого предмета. При этом термины «информационная система» и «электронная платформа» фактически используются как синонимы. Оператор же позиционируется в качестве отдельного самостоятельного субъекта, к которому предъявляется ряд требований в части организационно-правовой формы, состава исполнительных органов, самостоятельно утверждаемых правил и т.д. Право выпуска цифровых финансовых активов предоставлено только непубличным акционерным обществам (ст. 25 Федерального закона № 208-ФЗ²⁴); при этом внесение в устав общества дополнений о возможности выпуска акций в виде ЦФА не допускается (п. 7 ст. 12 Федерального закона № 208-ФЗ). Таким образом, для крупных корпораций, находящихся на рынке длительное время, возможность привлечения средств с помощью ЦФА отсутствует. Это делает затруднительной виртуализацию уже существующего крупного бизнеса. Как следствие, первоначальная цель законопроекта – создание правовых условий для привлечения российскими юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями инвестиций путем выпуска токенов²⁵ – достигается лишь частично.

Возможно, именно узость сферы действия федерального закона о цифровых финансовых активах, а также большое количество требований обусловили ограниченность в настоящий момент процедуры выпуска ЦФА. Так, первый оператор выпуска цифровых финансовых активов – ООО «Атомайз» – появился только 3 февраля 2022 года, по состоянию на август 2025-го реестр операторов включает семнадцать

²¹ Новоселова Л. А., Полежаев О. А. Цифровые финансовые активы как объекты имущественных отношений: актуальные вопросы теории и практики // *Власть Закона*. 2021. № 2 (46). С. 83.

²² Там же. С. 85.

²³ Guseva Y. When the Means Undermine the End: The Leviathan of Securities Law and Enforcement in Digital-Asset Markets // *Stanford Journal of Blockchain Law & Policy*. 2022. Vol. 5, № 1. P. 13.

²⁴ Об акционерных обществах: Федер. закон от 26 дек. 1995 г. № 208-ФЗ: принят Гос. Думой 24 нояб. 1995 г. (ред. от 31.07.2025).

²⁵ Пояснительная записка к законопроекту № 419059-7 «О цифровых финансовых активах, цифровой валюте и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации». URL: <https://sozd.duma.gov.ru/bill/419059-7>.

наименований²⁶. Безотносительно действующего регулирования можно добавить, что эффективность систем корпоративного управления в целом связана с текущей сложностью инвестиционной цепочки²⁷. При этом исследователи отмечают, что по сравнению с процедурой эмиссии процедура выпуска ЦФА законодательно менее регламентирована, а основные акты регламентации – это правила информационной системы²⁸. Остается еще вопрос о том, возможно ли применение к ЦФА по аналогии норм законодательства о рынке ценных бумаг. Интересно в данном разрезе напомнить о практике США, которая склоняется к соблюдению положений о регистрации, содержащихся в законодательстве о ценных бумагах²⁹. Во многом это обусловлено необходимостью обеспечения доступности информации для инвесторов³⁰.

Федеральный закон от 31 июля 2020 г. № 259-ФЗ предъявляет требования к операторам информационных систем, в рамках которых осуществляется выпуск и обмен цифровых финансовых активов. Одним из требований является включение операторов в реестр, который ведется Банком России (ст. 5, 10). В связи с этим отмечается, что процедура включения в реестр близка к лицензированию деятельности операторов информационных систем³¹.

Аналогичным образом в целях развития источников финансирования субъектов малого и среднего предпринимательства на основе краудинвестирования³² был принят Федеральный закон от 2 августа 2019 г. № 259-ФЗ «О привлечении инвестиций с использованием инвестиционных платформ и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации». Спустя почти шесть лет после его принятия обширной судебной практики по вопросу не сформировалось. В свою очередь, в реестре операторов инвестиционных платформ по состоянию на 17 августа 2025 года, включающем сто шесть наименований, только две действующие ссылки на адрес сайта, который используется для предоставления доступа к инвестиционной платформе³³. Указанным федеральным законом также были закреплены правовой режим инвестиционной платформы как информационной системы и правовой статус оператора инвестиционной платформы. При этом, несмотря на многообразие видов краудфандинга³⁴, действующее правовое регулирование в большей степени

²⁶ Реестр операторов информационных систем, в которых осуществляется выпуск ЦФА, по состоянию на 17.12.2025. URL: https://cbr.ru/vfs/finmarkets/files/supervision/list_OIS.xlsx.

²⁷ Волос Е. П. Указ. соч. С. 194.

²⁸ Лаптева А. М. Правовое регулирование выпуска цифровых финансовых активов // Журнал российского права. 2023. Т. 27, № 8. С. 95–108.

²⁹ Guseva Y. Op. cit. P. 11.

³⁰ Ibid.

³¹ Санникова Л. В., Харитонов Ю. С. Цифровые активы: правовой анализ. М.: 4 Принт, 2020.

³² Пояснительная записка к законопроекту № 419090-7 «О привлечении инвестиций с использованием инвестиционных платформ и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации». URL: <https://sozd.duma.gov.ru/bill/419090-7>.

³³ Реестр операторов инвестиционных платформ по состоянию на 17.08.2025 (действующие операторы инвестиционных платформ). URL: https://cbr.ru/vfs/finmarkets/files/supervision/list_invest_platform_op.xlsx.

³⁴ Кузнецова О. А. Экономико-социальная природа и правовая форма краудфандинговых отношений // Пермский юридический альманах. 2019. № 2. С. 476.

направлено на финансирование коммерческих проектов и в меньшей – благотворительных³⁵.

О «цифровом предприятии». Зачастую вместо понятия «цифровая корпорация» в литературе используется аналог – термин «цифровое предприятие»³⁶. И хотя с гражданско-правовой точки зрения эти термины нельзя считать синонимами, но в контексте платформизации гражданско-правовых отношений они довольно близки. В доктрине высказано предположение, что понятие «цифровое предприятие» является более общим, поскольку предполагает способ ведения бизнеса³⁷.

Цифровая платформа фактически выступает объектом имущественных прав, ее же правообладатель – самостоятельным участником экономического оборота, чья деятельность основана на новых технологиях и работе самой платформы.

О профилизации предпринимательства в интернет-пространстве. Ранее мы упоминали, что инструментом позиционирования субъекта предпринимательской деятельности в цифровом пространстве может служить как его собственная платформа, так и аккаунт в рамках более крупной платформы – социальной сети или мессенджера. Профили в социальных сетях стали не только способом идентификации в межличностном взаимодействии, но и способом формирования репутации отдельных граждан или «витриной» для участников коммерческого оборота. Профессиональные участники гражданского оборота могут выполнять в рамках социальных сетей широкий набор важных торговых операций, таких как реклама, изучение рынка и продажи; для некоторых из них социальные сети становятся ключевым инструментом развития бизнеса. При этом рост присутствия в соцсетях конкретного участника бизнес-сообщества пропорционален росту правовых рисков, возникающих в связи с этим³⁸. Логично, что аккаунты в соцсетях стали объектом пристального внимания исследователей.

В российском законодательстве понятие аккаунта нормативно не закреплено, несмотря на наличие соответствующей законодательной инициативы. В свое время предлагались изменения в Федеральный закон от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации». В соответствии с ними профиль, аккаунт или блог определялись бы как «персональная страница пользователя социальной сети, являющаяся представительством этого пользователя в ней, зарегистрированная в соответствии с правилами данной социальной сети, содержательное наполнение которой осуществляется пользователем добровольно»³⁹. Указание на добровольность наполнения нам представляется излишним (если под добро-

³⁵ Кашкин С. Ю., Алтухов А. В., Пожилова Н. А. Платформенное право как инструмент инновационных инвестиционных платформ (краудфандинг) // Вестник Университета имени О. Е. Кутафина. 2021. № 1 (77). С. 166.

³⁶ Карцхия А. А. Указ. соч.

³⁷ Олейник Е. В., Шевченко О. М. Указ. соч.

³⁸ Hidy K. M. Business Disputes Over Social Media Accounts: Legal Rights, Judicial Rationales, and the Resultant Business Risks // Columbia Business Law Review. 2018. Vol. 2. P. 486.

³⁹ Законопроект № 883844-6 «О внесении изменений в статьи 2 и 10-2 Федерального закона “Об информации, информационных технологиях и о защите информации”». URL: <https://sozd.duma.gov.ru/bill/883844-6>.

вольностью не предполагалась самостоятельность определения содержания персональной страницы в социальной сети). Стоит также упомянуть Закон Республики Казахстан, где дано понятие аккаунта как персональной страницы пользователя онлайн-платформы, которая создается после регистрации на онлайн-платформе⁴⁰.

Бизнес-аккаунт мы могли бы определить как вид аккаунта, созданного с целью ведения предпринимательской деятельности. К бизнес-аккаунтам не всегда можно применить формально закрепленные требования, поскольку зачастую они используются для формирования так называемого личного бренда. Последний может формироваться целенаправленно, по определенно выстроенному контент-плану и согласно определенной бизнес-модели. Однако существуют и обратные ситуации, когда при использовании социальных сетей в качестве личного увлечения аккаунт стихийно приобретает популярность и становится востребованным у рекламодателей. Перед законодателем и правоприменителем в таком случае стоит задача по отграничению момента использования аккаунта для личных целей от использования его для извлечения прибыли.

Ранее мы отметили такое явление, как монетизация аккаунтов физических лиц, изначально имевших целью общение. Однако аккаунты профессиональных участников рынка создаются с целью маркетингового продвижения на нем. В судебной практике нет единой позиции относительно правового режима, применимого к бизнес-аккаунтам. Сложность квалификации какого-либо единственного правового режима в данном случае обусловлена множеством функций, которые эти аккаунты выполняют: они дают возможность коммуницировать в сети Интернет, являются способом идентификации, служат инструментом выстраивания личного бренда. В этих условиях вопрос правовой природы бизнес-аккаунта неизбежно вызывает широкое обсуждение в литературе. Е. Е. Кирсанова, в частности, предлагает квалифицировать аккаунт как «квазиимущество» и рассматривать его как объект гражданских прав⁴¹. Ю. С. Харитоновна считает допустимым применение к аккаунтам в социальных сетях правового режима предприятия; ею же отмечена невозможность отнесения аккаунта к недвижимому имуществу⁴². Нам представляется, что потребность в подобной квалификации действительно существует в практической деятельности. Так, Арбитражный суд Западно-Сибирского округа пришел к выводу о невозможности квалификации норм о купле-продаже предприятия как заключенного сторонами договора «о купле-продаже готового бизнеса», который, помимо оборудования и имущественных прав, включает аккаунты в соцсетях «Инстаграм»* и «ВКонтакте», электронную почту, логин для доступа и редактирования сайта, логин и пароль 2GIS, поскольку названные объекты не являются недвижимостью⁴³. Е. С. Гринь, указав на возможность рассмотрения аккаунтов «с точки зрения авторско-правовой охраны», отмечает, что

⁴⁰ Об онлайн-платформах и онлайн-рекламе: Закон Респ. Казахстан от 10 июля 2023 г. № 18-VIII ЗРК.

⁴¹ Кирсанова Е. Е. Правовое регулирование оборота прав на результаты интеллектуальной деятельности в цифровой экономике: моногр. М.: Юстицинформ, 2022.

⁴² Харитоновна Ю. С. Правовой режим аккаунта в социальной сети // Закон. 2023. № 3. С. 98–101.

* Признана экстремистской организацией и запрещена в Российской Федерации.

⁴³ Постановление Арбитражного суда Западно-Сибирского округа от 15 июля 2024 г. № Ф04-7579/2023 по делу № А67-4266/2023.

определение творческого характера труда будет осуществляться в каждом конкретном случае в зависимости от наполнения и оформления страницы⁴⁴. При этом аккаунты, по мнению исследователя, можно рассматривать или как мультимедийные продукты⁴⁵, или как интернет-сайты⁴⁶. Несмотря на отсутствие устоявшейся позиции относительно правового режима аккаунтов, важно подчеркнуть, что пользование аккаунтом должно происходить с соблюдением личных прав граждан.

Как следствие, сам доступ к бизнес-аккаунту может нести правовой риск для предпринимателей. Кэтлин МакГарви Хиди рассматривает случаи споров в судебной практике США, касающихся права контролировать и извлекать выгоду из использования аккаунта в соцсетях. Зачастую это споры с подрядчиками и иными контрагентами, а также с бывшими работниками, которые вели аккаунты компании⁴⁷. Закономерно, что при разрешении вопроса о принадлежности следует определить, является ли аккаунт личным или же возник как средство продвижения предприятия на рынке. В судебной практике обозначено, что риск отнесения аккаунта в соцсетях к имуществу работника снижается, если: 1) аккаунт имеет такое же название, как и компания; 2) аккаунт связан с бизнес-страницей или веб-сайтом; 3) посты на аккаунте связаны с коммерческой деятельностью и рекламными кампаниями; 4) в описании аккаунта сформулирована бизнес-цель аккаунта; 5) доступ к аккаунту есть у нескольких лиц в рамках компании⁴⁸.

Таким образом, мы можем утверждать, что повсеместная платформизация бизнес-сообщества наблюдается в различных аспектах – от использования предпринимательским сообществом услуг хостинга и рекламных услуг в сети Интернет до отслеживания хозяйственных операций. Платформы B2B отличаются высоким уровнем саморегулирования участниками сообщества, ограниченным количеством пользователей по сравнению с сегментом B2C, меньшим влиянием сетевых эффектов на работу платформ, их узкой специализацией. Особую роль в развитии сегмента B2B играет цифровизация корпоративных отношений. Так, значимым субъектом экономических отношений стали цифровые корпорации, которые можно понимать и в широком смысле (как новые организационные формы бизнеса, ведущие свою деятельность на основе технологических платформ), и в узком (как объединения вкладов для достижения общей цели в условиях удостоверения прав участия в информационной системе). К примеру, для развития цифрового оборота были закреплены цифровые финансовые активы, удостоверяющие в том числе корпоративные права. Особым статусом были наделены операторы информационных систем выпуска и обмена ЦФА. Последний позиционируется как посредник и в гражданско-правовом, и в техническом разрезе, при этом не всегда сам факт позиционирования такого посредника воспринимается как настоятельная необходимость в условиях возможностей систем по закреплению данных о транзакциях. Особенностью участия субъектов оборота

⁴⁴ Гринь Е. С. Наследование аккаунтов в социальных сетях: российский и зарубежный опыт // Актуальные проблемы российского права. 2022. Т. 17, № 2. С. 130.

⁴⁵ Там же.

⁴⁶ Там же. С. 131.

⁴⁷ Hidy K. M. Op. cit. P. 433.

⁴⁸ Ibid. P. 487–488.

в цифровой деятельности является использование такого инструмента, как аккаунт, в отношении которого существует необходимость отграничения частных аккаунтов от аккаунтов предпринимательских при наличии рисков выбытия аккаунта из ведения его субъектом предпринимательской деятельности.

Библиографический список

Ахмедов А. Я., Волос А. А., Волос Е. П. Концепция правового регулирования отношений, осложненных использованием смарт-контрактов: моногр. / под общ. ред. А. А. Волоса. М.: Проспект, 2021.

Гринь Е. С. Наследование аккаунтов в социальных сетях: российский и зарубежный опыт // Актуальные проблемы российского права. 2022. Т. 17, № 2. С. 128–134. DOI: 10.17803/1994.1471.2022.135.2.128-134.

Захаркина А. В. Правовой режим цифровых финансовых активов // Право и экономика. 2022. № 11 (417). С. 26–33.

Захаркина А. В., Кузнецова О. А. Цифровые финансовые активы и цифровая валюта как новые инструменты эффективной реализации виртуальных хозяйственных связей субъектов МСП // Проблемы экономики и юридической практики. 2020. Т. 16, № 6. С. 148–153.

Карцхия А. А. Цифровые корпорации в новом качестве управления // Гражданское право. 2020. № 4. С. 22–26. DOI: 10.18572/2070-2140-2020-4-22-26.

Кашкин С. Ю., Алтухов А. В., Пожилова Н. А. Платформенное право как инструмент инновационных инвестиционных платформ (краудфандинг) // Вестник Университета имени О. Е. Кутафина. 2021. № 1 (77). С. 155–164. DOI: 10.17803/2311-5998.2021.77.1.155-164.

Кирсанова Е. Е. Правовое регулирование оборота прав на результаты интеллектуальной деятельности в цифровой экономике: моногр. М.: Юстицинформ, 2022.

Кузнецова О. А. Экономико-социальная природа и правовая форма краудфандинговых отношений // Пермский юридический альманах. 2019. № 2. С. 473–483.

Лаптева А. М. Правовое регулирование выпуска цифровых финансовых активов // Журнал российского права. 2023. Т. 27, № 8. С. 95–108. DOI: 10.61205/jrp.2023.094.

Монахов С. В., Уколова Н. В. Цифровая трансформация трансфера технологий в сельском хозяйстве: создание и использование цифровых платформ // АПК: экономика, управление. 2022. № 6. С. 25–32. DOI: 10.33305/226-23.

Новоселова Л. А., Полежаев О. А. Цифровые финансовые активы как объекты имущественных отношений: актуальные вопросы теории и практики // Власть Закона. 2021. № 2 (46). С. 75–91.

Олейник Е. В., Шевченко О. М. Понятие и правовое регулирование цифровой корпорации // Предпринимательское право. 2023. № 2. С. 36–41. DOI: 10.18572/1999-4788-2023-2-36-41.

Орсаева А. В., Кокова Д. А. Правовое регулирование процедуры заключения сделок в Российской Федерации // Бизнес и общество. 2025. № 1 (45). URL: https://business-society.ru/2025/1-45/13_orsaeva.pdf.

Савельев А. И. Электронная коммерция в России и за рубежом: правовое регулирование. М.: Статут, 2014. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Статут, 2020.

Санникова Л. В. Блокчейн в корпоративном управлении: проблемы и перспективы // Право и экономика. 2019. № 4 (374). С. 27–36.

Санникова Л. В., Харитонов Ю. С. Цифровые активы: правовой анализ: моногр. М.: 4 Принт, 2020.

Харитонов Ю. С. Правовой режим аккаунта в социальной сети // Закон. 2023. № 3. С. 98–101.

Хворостяная А. С. Стратегирование суверенитета отечественных брендов легкой промышленности и индустрии моды // Экономическое возрождение России. 2023. № 1 (75). С. 149–162. DOI: 10.37930/1990-9780-2023-1-75-149-162.

Цифровизация нотариальной деятельности: сравнительно-правовой аспект / З. Б. Хавжокова, З. А. Зумакулова, И. Б. Карамурзова [и др.] // Вопросы экономики и права. 2022. № 168. С. 7–11. DOI: 10.14451/2.168.7.

Шевченко О. М. Влияние новых технологий на развитие законодательства о рынке ценных бумаг // Актуальные проблемы российского права. 2022. Т. 17, № 11 (144). С. 76–86. DOI: 10.17803/1994-1471.2022.144.11.076-086.

Feike M., Rösch J. Nuanced but important: A literature-based comparison between B2B and B2C platforms // Decision Analytics Journal. 2024. Vol. 10. 11 p. DOI: 10.1016/j.dajour.2023.100383.

Guseva Y. When the Means Undermine the End: The Leviathan of Securities Law and Enforcement in Digital-Asset // Stanford Journal of Blockchain Law & Policy. 2022. Vol. 5, № 1. Pp. 1–61.

Hidy K. M. Business Disputes Over Social Media Accounts: Legal Rights, Judicial Rationales, and the Resultant Business Risks // Columbia Business Law Review. 2018. Vol. 2. Pp. 426–494. DOI: 10.7916/cbl.r.v2018i2.1699.

Jiménez González A. Tech power: a critical approach to digital corporations // Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales. 2020. Vol. 17, № 1. Pp. 77–85. DOI: 10.5209/tekn.66931.

Информация для цитирования

Ex jure

Крыцула А. А. Цифровые платформы взаимодействия профессиональных участников рынка (B2B-сегмент) // Ex jure. 2026. № 1. С. 65–77. DOI: 10.17072/2619-0648-2026-1-65-77

Krytsula A. A. Digital Platforms for Interaction of Professional Market Participants (B2B Segment). Ex jure. 2026. № 1. Pp. 65–77. DOI: 10.17072/2619-0648-2026-1-65-77