

Карали А.А.,

студент

*4 курс, факультет «Подготовки специалистов для судебной системы»
Крымский филиал ФГБОУВО «Российский государственный университет
правосудия»*

Волков В.Ю.,

к.ю.н, доцент кафедры

административного и финансового права

*Крымский филиал ФГБОУВО «Российский государственный
университет правосудия»*

АНТИМОНОПОЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

***Аннотация:** Данная статья посвящена анализу и перспективе работы ФАС России в области цифрового пространства. Проводится анализ рынка цифровых технологий, его особенность, характерные признаки. Изучен ключевой инструмент цифровой трансформации традиционных отраслей и рынков. Ставится вопрос о необходимости тщательной и всесторонней правовой регламентации данного вопроса.*

***Ключевые слова:** Цифровое пространство, антимонопольное регулирование, цифровая платформа, конкуренция.*

***Annotation:** This article is devoted to the analysis and perspective of the work of the FAS Russia in the field of digital space. The analysis of the digital technology market, its feature, characteristic features. The key tool of digital transformation of traditional industries and markets has been studied. The question is raised of the need for a thorough and comprehensive legal regulation of this issue.*

***Key words:** Digital space, antitrust regulation, digital platform, competition.*

IT технологии, цифровые платформы, инновации на рынках информационных технологий - все это определяет вектор развития мировой экономики. Это обусловлено в первую очередь тем, что организации, которые осуществляют свою деятельность в секторе цифровых технологий, оказывают решающее влияние на темп экономического развития. Вектор экономического развития России направлен на расширение рынка инновационных технологий и цифровых платформ. Крупнейшие организации, которые занимают лидирующие позиции, раньше представляли собой компании индустриального типа, сырьевые или финансовые, на сегодняшний день на их место пришли компании в сфере IT (Apple, Google и Microsoft). В этой связи верно утверждение Всемирного банка, «цифровая экономика – это новая парадигма ускоренного экономического развития».

Актуальность данного вопроса обуславливает необходимость его полной и всесторонней регламентации. Федеральная антимонопольная служба России осознает значимость и необходимость урегулирования данного вопроса. Данный вывод можно сделать из Плана деятельности ФАС на 2019 - 2024 годы в котором указывается необходимость модернизации правового регулирования в эпоху цифровой экономики ("пятый антимонопольный пакет"); распространение антимонопольных требований на результаты интеллектуальной деятельности.¹

На сегодняшний день «цифровые гиганты» обладают большим количеством рычагов управления рыночной властью за счет использования и создания новых платформ, контроля и сбора данных о пользователях и участников товарного рынка, использования инновационных способов персонализированного маркетинга.

Необходимо определить, что понимается под термином «цифровая платформа».

Наука антимонопольного права понимает данный термин, как продукт, благодаря которому происходит взаимодействие между

¹ "План деятельности Федеральной антимонопольной службы на 2019 - 2024 годы" (утв. ФАС России 07.02.2019) Публичная декларация целей и задач ФАС России на 2019 год

производителем/поставщиком определенного товара, услуги или информации и его потребителем. В смысле слова «платформа» свое выражение могут находить устройства, операционные системы, социальные или поисковые сети. Для понимания сущности и феномена данного объекта необходимо определять его также и с экономической точки зрения. Здесь точно определил американский профессор Г. Шелански – «цифровые платформы - продукты или услуги, с помощью которых могут взаимодействовать конечные пользователи и широкий спектр дополнительных продуктов, услуг или информации («приложений»). Таким образом, платформы включают в себя устройства (например, телефоны и планшеты), программное обеспечение (например, операционные системы и браузеры) и услуги (например, поисковые системы, социальные сети и сайты электронной коммерции)». ² В своем труде Шелански сделал очень важное утверждение о том, что процесс инновации и производства, по сути, одно и то же для многих продуктов и сервисов цифровых платформ.

Сфера цифрового пространства весьма специфична и резко отличается от простого понимания «рынок товара». Безусловно, цифровой сегмент непрост, однако это не отменяет того факта, что хозяйствующие субъекты должны осуществлять свою деятельность в условиях сохранения конкуренции и надлежащего исполнения антимонопольного законодательства.

Действующая редакция ФЗ «О защите конкуренции» определяет, что норма о злоупотреблении доминирующим положением не распространяются на действия по осуществлению исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации продукции, работ или услуг.³ Весьма специфичное и непростое правило. Зачастую, хозяйствующие субъекты в сфере информационных технологий оправдывают свои противоправные действия сущностью данной нормы. Известным примером

² Shelanski, H.A. Information, Innovation, and Competition Policy for the Internet // U. Pa. L. Rev. 2013. Vol. 161. P. 1663–1705. P.14

³ Федеральный закон от 26.07.2006 N 135-ФЗ "О защите конкуренции"

может послужить «Дело Google». Данное решение, вероятно, один из ведущих прецедентов данной сферы. В действиях Google ФАС России обнаружил нарушение норм антимонопольного законодательства, а именно злоупотребление своим доминирующим положением на рынке предустановленных магазинов приложений для Android.⁴ В дальнейшем Арбитражный суд пояснит, что реализация товара производителем субъектом, занимающим доминирующее положение, приобретение которого обязательно с учетом его уникальности, с реализацией иных приложений, программ, по которым имеет место конкуренция, однозначно свидетельствует об ограничении конкуренции.⁵

Следовательно, можно сделать вывод о том, что доминирование цифровой платформы, которая является средством взаимодействия потребителя и производителя, может иметь разнообразные последствия. В отличие от обычного монополиста, в руках которого только рынок товара, монополист, владеющий цифровой платформой, владеет как рынком собственных услуг, так и иными, неразрывно связанными с цифровой платформой рынками. Это обусловлено тем, что цифровым платформам имманентен вектор инновационного развития и взаимодействия с иными хозяйствующими субъектами информационной среды.

Цифровые платформы обладают рядом специфических признаков. Множество ученых в науке антимонопольного права определяют особенностью данного товарного рынка трудность определения его границ. С одной стороны это верное утверждение. Как отмечалось ранее цифровая платформа – многосторонний рынок, открытый для входа множества групп потребителей. В этой связи необходимо учитывать, что некоторые группы потребителей получают услуги от платформы «за нулевую цену». Как отмечается в литературе, подобные услуги не являются бесплатными, поскольку «потребители платят

⁴ Решение ФАС России №АД/54066/15 Решение и предписание по делу № 1-14-21/00-11-15 от 5 октября 2015 г.

⁵ Решение от 15 марта 2016 г. по делу № А40-240628/2015

своим вниманием и информацией»⁶. С другой стороны назревает вопрос – в чем здесь вред для потребителя? Очевидно, что границы цифровой платформы невозможно очертить в силу объективных причин, однако отсутствие все тех же границ является отличительным признаком данного рынка. Последнее же обуславливает снижение транзакционных издержек, в первую очередь за счет постоянного роста пользователей платформы, а также упрощенному способу сбора информации о них и т.д. Данные компании не снижают затраты в производстве, которого попросту нет, а уменьшают транзакционные издержки. Данный аспект хорошо раскрыт в труде Дона Тапскотта, который описал этот процесс опираясь на теорию фирмы Рональда Коуза. Таким образом, мультипликативность цифровой платформы отображает ее взаимосвязанность.⁷

Большую сложность в понимании представляет собой так называемый «индекс внимания» со стороны потребителя. Для антимонопольного органа важным в понимании является то, что в цифровом пространстве внимание – самый востребованный ресурс. Следовательно, если компания, которая занимает доминирующее положение, привлекает и контролирует этот ресурс, то она несет перед потребителями ответственность за решения на рынке своей репутацией. Если антимонопольная служба обеспечивает небольшим новым фирмам место на рынке за счет компании, которая занимает доминирующее положение, то им это будет на пользу, однако в отношении потребителей ситуация будет крайне противоположна, то есть, пользователя привлекает компания, которая обладает незаменимым результатом инновационной деятельности (ноу-хау). Эти действия и только лишь эти действия не являются ограничивающими конкуренцию, затрудняющими другим хозяйствующим субъектам выход на рынок.

⁶ В. Доценко и А.Ю. Иванов АНТИМОНОПОЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ, ЦИФРОВЫЕ ПЛАТФОРМЫ И ИННОВАЦИИ: ДЕЛО GOOGLE И ВЫРАБОТКА ПОДХОДОВ К ЗАЩИТЕ КОНКУРЕНЦИИ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ, Журнал Закон № 2 за 2016 год, с. 31-45.

⁷ Tapscott, D, (2014), The Digital Economy Anniversary Edition: Rethinking Promise and Peril In the Age of Networked Intelligence, McGraw-Hill, 2014. 448 p.

Вывод:

Руководствуясь вышеизложенным, можно сделать вывод о том, что рынок цифровых технологий представляет собой сложный и постоянно видоизменяющийся конструктив. Он имеет ряд особенностей, на основании которых можно с уверенностью сказать, что он отличен от «рынка товаров» в обычном понимании антимонопольного права. Рынок цифровых платформ в России нуждается в правильном, всестороннем и объективном правовом регулировании ФАС.

Дело Google является передовым кейсом в практике антимонопольного регулирования и безусловно передовым мировым прецедентом. Однако, цифровое пространство, в частности цифровые платформы не являются очевидными в понимании и представляют собой некий «новый рынок товара».

Проведенный анализ ситуации на рынке информационных технологий показывает, что антимонопольное регулирование цифровых платформ тесно связано с наличием сетевых эффектов, которые оказывают влияние на состояние конкуренции на данном рынке, а также с использованием хозяйствующим субъектом, занимающим доминирующее положение, данных о потребителях.

ФАС РФ определяет в качестве одного из основополагающих принципов государственной политики по развитию конкуренции, совершенствование антимонопольного регулирования в условиях развития цифровой экономики и её глобализации в целях эффективного пресечения нарушений антимонопольного законодательства, носящих трансграничный характер, и повышения конкурентоспособности российских компаний на мировых рынках.

ИСПОЛЬЗОВАННЫЕ ИСТОЧНИКИ

1. "План деятельности Федеральной антимонопольной службы на 2019 - 2024 годы" (утв. ФАС России 07.02.2019) Публичная декларация целей и задач ФАС России на 2019
2. Федеральный закон от 26.07.2006 N 135-ФЗ "О защите конкуренции"

3. Tapscott, D, (2014), Ежегодное издание «Цифровая экономика»: эпоха сетевой разведки, McGraw-Hill, 2014. 448 с.
4. Решение ФАС России №АД/54066/15 по делу № 1-14-21/00-11-15 от 5 октября 2015 г.
5. Решение от 15 марта 2016 г. по делу № А40-240628/2015
6. Shelanski, H.A. Информация, инновация и конкурентная политика в Интернете // U. Pa. L. Rev. 2013. Vol. 161. с. 1663–1705.
7. В. Доценко и А.Ю. Иванов «Антимонопольное регулирование, цифровые платформы и инновации», Журнал Закон № 2 за 2016 год, с. 31-45
8. «Антимонопольное регулирование в цифровую эпоху. Как защищать конкуренцию в условиях глобализации» - Цариковский А.Ю., Иванов А.Ю., Войниканис Е.А., 2018 г. Стр.: 312
9. Вознесенский Н., Гнусина Ю. Возможно ли ограничение распоряжения результатами интеллектуальной деятельности нормами антимонопольного права? // Корпоративный юрист. - 2012. - № 6. - С. 25-30.
10. Войниканис Е.А. Право интеллектуальной собственности в цифровую эпоху: парадигма баланса и гибкости. - М.: Юриспруденция, 2013. - 552 с.