

ДОКЛАДЫ СЕКЦИОННЫХ ЗАСЕДАНИЙ

УДК 346.93
ББК 67.410

Противодействие цифровым монополиям в России и КНР

Александр Петрович Алексеенко

Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург, Россия

В статье через призму сравнительно-правового метода рассматриваются новеллы 2023 г. в Федеральном законе «О защите конкуренции», касающиеся противодействия монополистической деятельности хозяйствующим субъектом, владеющим цифровой платформой, и антимонопольные положения Закона КНР «Об электронной коммерции». Автором представлен критический анализ понятия «цифровая платформа», а также сетевой эффект. На основе изучения опыта КНР предложены пути дальнейшего совершенствования российского законодательства в сфере цифровых платформ.

Ключевые слова: цифровая платформа, защита конкуренции, сетевой эффект, монополистическая деятельность, доминирующее положение на рынке, электронная коммерция

Благодарности: исследование «Правовое регулирование платформенной экономики в России и КНР» выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 24-28-00751.

В июле 2023 г. в Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» были внесены поправки; в частности, включена ст. 10.1, установившая запрет на осуществление монополистической деятельности хозяйствующим субъектом, владеющим цифровой платформой, а также дополнена ст. 4, в которую введены понятия «сетевой эффект» и «цифровая платформа». Появление данных норм непосредственно связано с необходимостью противодействия антиконкурентным действиям цифровых платформ (агрегаторов, платформ электронной коммерции), выражающихся в навязывании невыгодных условий продавцам и покупателям, установлении монополично низких (высоких) цен. Как отмечается в литературе, «хотя цифровые платформы играют значительную роль в улучшении доступа к рынку для потребителей и поставщиков, существует ряд серьезных проблем при заключении сделок посредством цифровых платформ. В частности, это отсутствие прозрачности и равного доступа для всех участников рынка, например, отсутствие уведомлений об изменениях условий сделки, отказ от заключения сделки без объяснения причин и ряд иных» [2].

Целью статьи является обзор новелл российского законодательства о цифровых платформах, а также оценка их применимо-

сти на практике с учетом опыта КНР. Для этого в статье будет рассмотрено в сравнительно-правовом ключе законодательство КНР и РФ, касающееся противодействия монополистической деятельности цифровых платформ. Выбор Китая для сравнения обусловлен тем, что он является одним из мировых лидеров в сфере развития электронной коммерции. Кроме того, КНР имеет богатый опыт противодействия монополистическим действиям платформ электронной коммерции.

Во-первых, рассмотрим понятие цифровой платформы, которое предложил законодатель. Согласно ст. 4 Федерального закона «О защите конкуренции» [Там же] под цифровой платформой понимается программа (совокупность программ) для электронных вычислительных машин в информационно-телекоммуникационных сетях, в том числе в сети «Интернет», обеспечивающая совершение сделок между продавцами и покупателями определенных товаров. Можно ли назвать данное определение удачным? Скорее всего, нет. Прежде всего, нельзя говорить о том, что платформа – лишь программа, обеспечивающая совершение сделок, так как она является формой организации деятельности. Кроме того, цифровая платформа позволяет не только совершать сделки, но и содержит инструменты для проведения расчетов, рекла-

мы товаров (услуг), взаимодействия продавцов и покупателей. Еще одним упущением является то, что законодатель не выделил такой обязательный признак цифровой платформы, как наличие ее внутренних правил, которые во многом определяют порядок взаимодействия продавцов и покупателей друг с другом и с оператором платформы.

Для сравнения, в Китае, согласно ст. 2 «Антимонопольного руководства по платформенной экономике» 2021 г. [3], платформа (интернет-платформа) – форма организации коммерческой деятельности, которая за счет сетевых информационных технологий позволяет двум или более взаимозависимым субъектам взаимодействовать согласно правилам, установленным определенной системой для совместного создания ценностей. Данная дефиниция представляется более удачной. Она верно передает суть цифровой платформы как способа организации коммерческой деятельности. Однако нельзя не заметить, что такой признак, как наличие правил платформы, в рассматриваемом определении также упущен.

Установленная в ст. 4 Федерального закона «О защите конкуренции» дефиниция «сетевой эффект» основывается на том, что использование конкретной цифровой платформы в виду ее ценности для продавцов и покупателей позволяет оператору такой платформы оказывать решающее влияние на общие условия обращения товара на товарном рынке, где сделки совершаются посредством цифровой платформы, и (или) устранять с этого товарного рынка других хозяйствующих субъектов, и (или) затруднять им доступ на этот товарный рынок. При этом для того, чтобы оператор (владелец) цифровой платформы был привлечен к ответственности за совершение антиконкурентных действий за счет наличия сетевого эффекта, согласно ст. 10.1 указанного выше закона, доля сделок, совершаемых между продавцами и покупателями посредством цифровой платформы превышает в стоимостном выражении 35 % общего объема сделок, совершаемых на соответствующем товарном рынке; выручка хозяйствующего субъекта за последний календарный год превышает 2 млрд р. Введение указанных положений в законодательство дает правоприменителям ориентиры для рассмотрения дел о совершении монополистических действий цифровыми платформами, что, безусловно, можно оценить положительно.

Между тем в РФ на практике дела, в которых суды анализировали наличие либо от-

сутствие сетевого эффекта, уже встречались и до принятия поправок в закон. Так, Арбитражный суд Московского округа, анализируя наличие монополистических действий со стороны платформы, указал, что основным барьером рынка сервисов видеохостинга является барьер, связанный с наличием на данном рынке значительных сетевых эффектов, выражающихся в необходимости привлечения на видеохостинг большого количества разных групп потребителей (потребителей контента, создателей (производителей) видеоконтента, рекламодателей и других групп). Для успешного входа на рынок и функционирования на нем необходимо обеспечить наличие большой базы пользователей сервиса, то есть преодолеть барьер сетевых эффектов и экосистем, а также осуществить значительные первоначальные капитальные вложения при длительных сроках окупаемости этих вложений, такие как проектирование, разработка и выведение на рынок полнофункционального видеохостинга, его реклама и продвижение, преодоление нормативных и культурных барьеров [4].

В другом деле суд рассматривал исковое заявление цифровой платформы, в котором оспаривалось решение ФАС о признании заявителя нарушившим положения Закона «О защите конкуренции» путем навязывания объектам размещения, осуществляющим деятельность на территории РФ, невыгодных условий соглашения о партнерстве, которые могут приводить к недопущению, ограничению, устранению конкуренции на рынке услуг агрегаторов информации об объектах размещения, а также ущемлению интересов в сфере предпринимательской деятельности. Суд указал, что сетевой эффект заключается в том, что привлекательность платформы для одной группы пользователей полностью зависит от объема другой группы, а также необходимостью значительных первоначальных капитальных вложений в проектирование, разработку и запуск на рынок полнофункционального агрегатора и его рекламы с целью привлечения средств размещения и потребителей гостиничных услуг, что затрудняет вход на указанный товарный рынок и образует труднопреодолимый барьер [5].

Несмотря на то, что указанные положения Закона РФ «О защите конкуренции» можно оценить положительно, они не позволяют в полной мере создать завершённую систему ориентиров для противодействия антиконкурентным действиям цифровых платформ. Законодательство требует дальнейшей мо-

дернизации. Для этого может быть использован опыт Китая, где вопросы антимонопольного регулирования цифровых платформ рассмотрены комплексно.

Закон КНР «Об электронной коммерции» [6] устанавливает запреты и обязанности для оператора платформы электронной коммерции, целью которых является пресечение недобросовестной конкуренции и монополистической деятельности. В соответствии со ст. 22 Закон КНР «Об электронной коммерции» операторы платформ электронной коммерции, занимающие доминирующее положение на рынке благодаря своим техническим преимуществам, количеству пользователей, контролирующим возможностям соответствующей отрасли или зависимости других операторов от таких операторов электронной коммерции в транзакциях, не должны злоупотреблять своим доминирующим положением на рынке, исключать или ограничивать конкуренцию. Данная норма аналогична ст. 10.1 Федерального закона «О защите конкуренции» и говорит фактически о сетевом эффекте, хотя само это понятие китайским законодателем не используется. В качестве примеров, когда китайский правоприменитель решал вопрос о наличии сетевого эффекта, можно привести дела Alibaba Group Holding [7] и Meituan [8]. В решениях по данным ситуациям антимонопольный орган указал, что, опираясь на преимущество первопроходца в выходе на рынок услуг онлайн-платформ розничной торговли, платформа накопила большое количество продавцов и потребителей, получив в результате этого большие объемы данных о транзакциях, логистике, платежах, что дает преимущества перед другими платформами, в том числе, в виде высокой степени признания у продавцов и покупателей.

Еще одним положением Закона «Об электронной коммерции», направленным на противодействие антиконкурентным действиям, является ст. 35. Согласно данной статье операторы платформы электронной коммерции не должны использовать соглашение об услугах, правила транзакций, технологии или другие средства для наложения необоснованных ограничений или условий. В литературе отмечается, что толкование термина «необоснованный» является неоднозначным, что приводит к проблемам с его эффективным применением на практике [9]. Несмотря на это, наличие указанной нормы является полезным, так как позволяет бо-

роться с политикой операторов платформ, когда продавцов вынуждают выбрать только одну платформу, отказавшись от сотрудничества с другими [10].

Заслуживают также внимания положения упомянутого «Антимонопольного руководства по платформенной экономике» КНР 2021 г. Данный документ содержит перечень видов злоупотреблений доминирующим положением платформы на рынке, правила определения границ рынка. Конечно, нельзя назвать данные положения полностью совершенными [11], однако само их наличие позволяет усилить противодействие антиконкурентному поведению платформ электронной коммерции, давая правоприменителям необходимый инструментарий. Особенно важным является то, какие подходы можно использовать для определения товарных границ рынка в цифровой среде.

Таким образом, в сфере противодействия монополистическим действиям цифровых платформ как РФ, так и КНР движутся в верном направлении. Однако Россия выступает в качестве догоняющего. Поэтому при модернизации российских нормативных правовых актов следует учитывать опыт КНР, где вопросы противодействия монополистическим действиям цифровых платформ решаются в комплексе – как на уровне антимонопольного законодательства, так и посредством законодательства об электронной коммерции. Это подчеркивает необходимость принятия в РФ закона, который урегулировал бы деятельность цифровых платформ. Введенные в Закон РФ «О защите конкуренции» новеллы являются полумерами. На данный момент требуется доработка законодательства: доработка определения цифровой платформы; для отграничения от оффлайн рынков рынка электронной коммерции необходимо включение в перечень понятий дефиниции «цифровой товарный рынок»; по образцу КНР следует установить запрет использовать соглашение об услугах, правила транзакций, технологии или другие средства для наложения необоснованных ограничений или условий. Заметим, что Китаю, так же как и России, следовало бы обратить внимание на определение цифровой платформы. Двум государствам следует исходить из того, что платформа предоставляет не только возможность заключать сделки, но и осуществлять иное взаимодействие в соответствии с правилами платформы.

Список литературы

1. Жмулина Д. А. Электронная торговля посредством цифровых платформ: тенденции и перспективы // Конкурентное право. 2023. № 4. С. 17–19.
2. О защите конкуренции: Федеральный закон: [от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ (с посл. изм. и доп.)] // Собрание законодательства Российской Федерации. 2006. № 31. Ст. 3434.
3. 国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南 = Антимонопольное руководство Антимонопольной комиссии Госсовета по платформенной экономике от 07.02.2021. URL: http://www.gov.cn/xinwen/2021-02/07/content_5585764.htm (дата обращения: 20.12.2023). Текст: электронный.
4. Постановление Арбитражного суда Московского округа от 13 июля 2023 г. № Ф05-14749/2023 по делу № А40-91928/2022. Текст: электронный // Гарант: [офиц. сайт]. URL: <https://www.garant.ru/products/ipro/prime/doc/71572608> (дата обращения: 28.04.2024).
5. Постановление Арбитражного суда Московского округа от 11 марта 2022 г. № Ф05-1927/2022 по делу № А40-19473/2021. Текст: электронный // Гарант: [офиц. сайт]. URL: <https://www.garant.ru/products/ipro/prime/doc/71572608> (дата обращения: 28.04.2024).
6. 中华人民共和国电子商务法 = Закон КНР «Об электронной коммерции» от 31 августа 2018 г. URL: https://www.gov.cn/xinwen/2018-08/31/content_5318220.htm (дата обращения: 20.01.2024). Текст: электронный.
7. 市场监管总局依法对阿里巴巴集团控股有限公司在中国境内网络零售平台服务市场实施“二选一”垄断行为作出行政处罚 = Государственная администрация по регулированию рынка налагает административные санкции на Alibaba Group Holding Co., Ltd. за осуществление монополии «выбери одного из двух» на рынке услуг онлайн-платформы розничной торговли в Китае. URL: https://www.samr.gov.cn/xw/zj/202104/t20210410_327702.html (дата обращения: 20.03.2024). Текст: электронный.
8. 市场监管总局依法对美团在中国境内网络餐饮外卖平台服务市场实施“二选一”垄断行为作出行政处罚 = Государственная администрация по регулированию рынка налагает административные санкции на монополию Meituan «выбери один» на внутреннем рынке услуг онлайн-кейтеринга на вынос в Китае. URL: https://www.samr.gov.cn/xw/zj/202110/t20211008_335364.html (дата обращения: 20.03.2024). Текст: электронный.
9. 陈可,侯利阳.电子商务平台滥用相对优势地位行为的违法性辨析[J].财经问题研究, 2023(09): 70–80. DOI:10.19654/j.cnki.cjwtyj.2023.09.006.
10. 史佳芝.电子商务平台“二选一”行为的法律适用研究[J].江苏商论,2023(03):33–35+38. DOI:10.13395/j.cnki.issn.1009-0061.2023.03.020.
11. 王先林,曹汇.数字时代平台反垄断的国家行动|平台经济领域反垄断的三个关键问题 [J].探索与争鸣, 2021, 1(9): С. 54–65.

Сведения об авторе

Алексеевко Александр Петрович, доцент, канд. юрид. наук, председатель научной комиссии в области юриспруденции, руководитель образовательной программы «Юриспруденция с углубленным изучением китайского языка и права КНР», доцент кафедры коммерческого права, Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург, Россия.

УДК 347.19
ББК 67.404

Интересы публично-правовых образований и гражданско-правовые формы их удовлетворения

Владимир Анатольевич Болдырев

Забайкальский государственный университет, г. Чита, Россия

В статье доказывается тезис, согласно которому рациональный выбор стратегии удовлетворения интересов публично-правовых образований должен осуществляться на основе деления потребностей человека и предполагает преимущественное использование: 1) для удовлетворения витальных потребностей граждан – созданных публично-правовыми образованиями организаций, активно участвующих в экономической жизни общества; 2) для удовлетворения социальных потребностей граждан – слажено работающей контрактной системы; 3) для удовлетворения идеальных потребностей, возможности вступления в отношении государственно-частного (муниципально-частного) партнерства.

Ключевые слова: контрактная система, картельный сговор, потребности человека, государственно-частное партнерство