

Проблемы сетевых эффектов на цифровых платформах в разрезе вопросов управления Интернетом

Актуальность темы эссе обусловлена тем, что рынок цифровых коммуникаций (цифровой рынок) с каждым годом демонстрирует все больший активный рост, с увеличением доходов от услуг связи и расширением числа пользователей. Происходит стремительное развитие сегмента Интернет-торговли: в 2023 г. он увеличился в РФ примерно на 28% по сравнению с 2022 г. [1].

Большое место, к примеру, в сфере e-commerce занимает торговля через онлайн-платформы (маркетплейсы). По данным Минпромторга России, за последние пять лет оборот маркетплейсов вырос в пять раз: их доля в общем объеме интернет-торговли уже превысила 50% [2]. Следовательно, важность и воздействие таких платформ на рынок увеличивается. Это направление требует разработки специальных подходов к контролю цифровых рынков и усовершенствования законодательства в этой области.

Активными участниками цифровых рынков являются цифровые платформы. В настоящий момент не сформировался общий подход к определению цифровых платформ, поскольку несмотря на наличие некоторых схожих признаков существуют разнообразные, постоянно развивающиеся платформы в различных формах. Согласно определению от Комиссии ЕС онлайн-платформа – это «компания, работающая на двусторонних или многосторонних рынках, использующая Интернет для обеспечения взаимодействия между двумя или более отдельными, но взаимозависимыми группами пользователей с целью создания ценности по крайней мере для одной из групп» [3].

Пятый антимонопольный пакет также закрепил понятие «цифровая платформа», отличающееся от определения, данного Комиссией ЕС. Так, согласно п. 4.1 ст. 4 ФЗ «О защите конкуренции» цифровая платформа – программы (совокупности программ) для ЭВМ в сети «Интернет», обеспечивающей совершение сделок между продавцами и покупателями определенных товаров.

Отмечается, что деятельность цифровых компаний основывается на предоставлении преимущественно услуг при помощи Интернета, что является их отличительной характеристикой. Цифровые платформы являются широким явлением и состоят из двух ключевых элементов:

- взаимодействие между потребителями и поставщиками разного рода товаров, услуг и информации;
- устройства, программные продукты и информационные сервисы, с помощью которых осуществляется вышеуказанное взаимодействие [4].

Согласно иностранным тематическим исследованиям [5], рынок цифровых платформ построен таким образом, что второму или третьему участнику на рынке практически невозможно выдвинуть такое предложение, которое смогло бы стать жизнеспособной конкурентной альтернативой доминирующей платформе. Конкуренция между платформами «заглушена», главенствует олигополистический тип рынка и существует значительное неравенство в распределении долей рынка между цифровыми платформами. «Добавление новых участников, даже при свободном входе на рынок, не меняет структуру рынка, если на ней функционирует цифровая платформа, которая имеет сильные сетевые эффекты» [6].

Сетевые эффекты являются главной отличительной особенностью функционирования участников рынка цифровых коммуникаций, особенно цифровых платформ. Сетевые эффекты выражаются в зависимости потребительской ценности товара

от количества других пользователей товара. Для рынка цифровых коммуникаций в равной степени важны как прямой сетевой эффект – присутствие пользователей на одной стороне платформы делает ее более привлекательной для других пользователей на этой же стороне, так и косвенный сетевой эффект – присутствие пользователей на одной стороне платформы (потребителей), что делает платформу более привлекательной для пользователей с другой стороны (розничных продавцов).

Сама сущность сетевого эффекта приводит к формированию замкнутого круга, где чем больше людей используют платформу, тем более привлекательной она становится для новых пользователей.

На данный момент все чаще в различных национальных юрисдикциях поднимается вопрос влияния сетевых эффектов на рыночное регулирование. Сетевые эффекты относятся в новом конкурентном преимуществам участников цифрового рынка, что напрямую связано также с эффектом масштаба и доступом к данным, в том числе, к Big Data.

Невозможно отрицать тот факт, что сетевые эффекты являются чем-то неразрывно связанным с современным информационным обществом, рынок которого характеризуется олигополистической борьбой нескольких гигантов цифровых платформ. В связи с этим хотелось бы отметить, что сама по себе такая экономическая особенность развития Интернет-торговли в настоящее время не является априори негативным явлением.

Как отмечалось в одном из решений ФАС России [7], «сетевой эффект сам по себе не может рассматриваться как фактор, способствующий или препятствующий возникновению доминирующего положения — факт существования сетевых эффектов должен оцениваться с учетом прочих условий обращения товара на товарном рынке. В частности, свободное переключение пользователей может нивелировать влияние сетевых эффектов как существенного барьера доступа на товарный рынок». Данное решение было принято по делу России против Apple (APPLE INK. (ЭППЛ ИНК.)), в связи с установленным навязыванием компанией невыгодных условий для разработчиков приложений, понуждением разработчиков к ухудшению функционала приложений. Apple запрещала разработчикам iOS-приложений информировать клиентов внутри приложения о возможности оплаты покупок за пределами App Store, а также использовать альтернативные способы оплаты [8].

Так, в контексте управления Интернетом (в широком понимании) сетевые эффекты могут привести к концентрации власти и влияния у небольшого числа крупных компаний, которые владеют цифровыми платформами. Но отношения в сети Интернет, в том числе в рамках цифрового рынка, очень разнообразны и многогранны, поэтому стоит выявить проблемы сетевых эффектов на примере нескольких отдельно взятых видов цифровых платформ.

Социальные сети

Сетевые эффекты в социальных сетях проявляются в том, что чем больше пользователей присоединяется к платформе, тем более привлекательной она становится для новых пользователей. Проблемы управления Интернетом в этом контексте включают:

- Защита персональных (личных) данных.

Социальные сети собирают и обрабатывают большие объёмы личных данных пользователей, включая их местоположение, интересы, контакты и т. д. Это может привести к нарушению прав пользователей на защиту личной информации.

- Ограничение доступа.

Крупные социальные сети могут стать доминирующими на рынке и получить контроль над большими объёмами данных. Это может создать неравенство в доступе к информации и услугам, а также ограничить конкуренцию.

- Влияние на регулирование в веб-пространстве.

Социальные сети оказывают значительное влияние на формирование правил и стандартов, регулирующих Интернет. Они могут влиять на политику конфиденциальности, защиту авторских прав и другие аспекты управления интернетом.

Платформы электронной коммерции

На платформах электронной коммерции сетевые эффекты проявляются в том, что увеличение количества продавцов и покупателей на платформе повышает её привлекательность для новых участников. Это способствует росту объёма продаж и улучшению качества услуг.

Проблемы управления Интернетом здесь включают:

- Обеспечение безопасности и конфиденциальности.

Платформы электронной коммерции собирают и хранят данные о покупателях, включая информацию об их покупках, предпочтениях и платёжной информации. Эти данные могут быть использованы для мошенничества или несанкционированного доступа.

- Монополия и злоупотребление властью.

Крупные платформы электронной коммерции могут иметь слишком большое влияние на рынок и устанавливать свои правила и стандарты. Это может привести к ограничению конкуренции и снижению качества услуг для потребителей.

- Отсутствие прозрачности и открытости.

Процесс принятия решений на платформах электронной коммерции может быть непрозрачным и закрытым для общественности. Это затрудняет контроль за соблюдением прав потребителей и защитой их интересов.

Поисковые системы

В поисковых системах сетевые эффекты проявляются в том, что улучшение качества поиска привлекает больше пользователей, которые, в свою очередь, повышают качество поиска. Это создаёт цикл положительной обратной связи, который делает поисковые системы всё более эффективными.

В данном случае проблемы управления Интернетом включают:

- Соблюдение авторских прав.

Поисковые системы могут нарушать авторские права, предоставляя доступ к контенту без разрешения правообладателей. Это может привести к судебным искам и штрафам.

- Контроль над информацией.

Крупные поисковые системы могут контролировать доступ к информации, ограничивая или блокируя его.

Проблемы сетевых эффектов на цифровых платформах

Таким образом, можно выделить следующие глобальные («общецифровые») проблемы правового и этического характера при использовании сетевых эффектов на цифровых платформах:

1. Конфиденциальность данных

Одной из основных проблем является конфиденциальность данных пользователей, которые собираются и обрабатываются цифровыми платформами. С одной стороны, сбор данных позволяет платформам предоставлять персонализированные услуги и улучшать качество своих продуктов. Чем больше пользователей использует платформу, тем больше данных она собирает. Эти данные позволяют платформе лучше понимать интересы и потребности пользователей и предоставлять им более персонализированный и релевантный контент. С другой стороны, это может привести к нарушению прав пользователей на защиту личной информации.

Для решения этой проблемы необходимо разработать чёткие правила и стандарты сбора и обработки данных, а также обеспечить контроль за их соблюдением. Также важно предоставить пользователям возможность контролировать свои данные и выбирать, какие данные они готовы предоставить платформе.

2. Справедливость и равенство доступа

Сетевые эффекты могут привести к тому, что некоторые платформы станут доминирующими на рынке и получают контроль над большими объёмами данных. Это может создать неравенство в доступе к информации и услугам, а также ограничить конкуренцию. Доминирующим может быть признано положение субъекта в случае, когда сетевые эффекты, являющиеся результатом деятельности хозяйствующего субъекта, и (или) данные, находящиеся в распоряжении хозяйствующего субъекта, дают такому хозяйствующему субъекту: (а) возможность оказывать решающее влияние на общие условия обращения товара на соответствующем товарном рынке; (б) и (или) устранять с этого товарного рынка других хозяйствующих субъектов; (в) и (или) затруднять доступ на этот товарный рынок другим хозяйствующим субъектам.

Чтобы предотвратить такое развитие событий, необходимо обеспечить справедливое регулирование деятельности цифровых платформ и защитить права пользователей на доступ к информации и сервисам. Также важно стимулировать конкуренцию между платформами и поддерживать разнообразие на рынке.

3. Управление интернетом (в узком понимании)

Сетевые эффекты также влияют на управление Интернетом и его инфраструктурой. Платформы, обладающие большим количеством пользователей, могут оказывать влияние на формирование правил и стандартов, регулирующих интернет. Крупные компании, владеющие цифровыми платформами, могут влиять на формирование правил и стандартов, регулирующих интернет. Они могут устанавливать свои правила и стандарты, которые будут выгодны только им. В результате несколько крупных компаний будут определять политику управления интернетом.

Необходимо обеспечить участие всех заинтересованных сторон в процессе управления интернетом и разработать механизмы, позволяющие учитывать интересы всех стейкхолдеров. Также важно обеспечить прозрачность и открытость процесса принятия решений, чтобы избежать монополии и злоупотребления властью со стороны отдельных платформ как участников процесса управления Интернетом.

4. Этические аспекты

Помимо правовых проблем, сетевые эффекты поднимают ряд этических вопросов, таких как справедливость распределения ресурсов, защита прав меньшинств и уязвимых групп, а также этика искусственного интеллекта и машинного обучения.

Важно разработать этические принципы и нормы, которые будут регулировать деятельность цифровых платформ и обеспечивать соблюдение прав и интересов всех участников. Также необходимо проводить исследования и обсуждения, чтобы определить, как наилучшим образом использовать сетевые эффекты для блага.

Таким образом, новые конкурентные преимущества цифровых платформ как участников цифрового рынка, такие как сетевые эффекты, включая эффекты масштаба и доступ к большим данным, предоставляют значительное преимущество некоторым участникам рынка, устранить которое представляется затруднительным, что порождает ряд проблем правового и этического характера, которые были проанализированы в рамках написания настоящей работы и предложены возможные варианты решения или хотя бы нивелирования данных проблем.

Список использованных источников

1. О защите конкуренции: Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации. – № 31 (ч. I). – 31.07.2006. – ст. 3434
2. О внесении изменений в Федеральный закон «О защите конкуренции»: Федеральный закон от 10.07.2023 № 301-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации. – № 29. – 17.07.2023. – ст. 5319
3. Решение Арбитражного суда гор. Москвы по делу № А40-206450/2022 от 06.03.2023
4. Решение ФАС РФ о нарушении антимонопольного законодательства по делу № 11/01/10-30/2021 от 25.10.2022
5. McKinsey Digital. The right digital-platform strategy / Jacques Bughin, Tanguy Catlin, Miklós Dietz. URL: <https://www.mckinsey.com/capabilities/mckinsey-digital/our-insights/the-right-digital-platform-strategy>
6. OECD. Digital competition policy: Are ecosystems different? – Note by Amelia Fletcher Hearing on Competition Economics of Digital Ecosystems. 3 December 2020. P. 3-5.
7. Covington. The European Commission Launched Public Consultation on Online Platforms. URL: https://www.cov.com/~media/files/corporate/publications/2015/09/the-european-commission-launched-public-consultation-on-online-platforms.pdf?_ga=2.63018471.939080401.1615541786-1148436708.1615541786
8. Глускер Е.А. Актуальные вопросы правового регулирования рынка цифровых технологий // Юридическая наука. – 2022. – №4
9. Егорова М.А., Петров Д.А., Попондопуло В.Ф. Цифровая (платформенная) экономика в свете антимонопольного регулирования (сетевой эффект, цифровая платформа, запрет монополистической деятельности) // Конкурентное право. – 2024. – № 1. – С. 2-5
10. Петров А.В. Сетевые эффекты и недобросовестная конкуренция на рынках цифровых платформ: дело Avito против Auto.ru // Предпринимательское право. – 2020. – № 4
11. Симонова С.В. Обработка данных пользователей цифровых платформ: актуальные вопросы совершенствования законодательства и практик // Вестник ЯрГУ. Серия Гуманитарные науки. – 2022. – Том 16, № 4
12. АНО «Цифровая экономика». Доклад «Регулирование экосистем и цифровых платформ». URL: https://files.data-economy.ru/Docs/Otchet_4_v12.pdf
13. РБК. Как поменялся рынок интернет-торговли в 2023 году. Инфографика. URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/12/02/2024/65c64b479a794726261d49f7
14. Консорциум Кодекс. ФАС может начать контролировать работу маркетплейсов. URL: <https://kodeks.ru/news/read/fas-mozet-nacat-kontrolirovat-rabotu-marketpleisov?ysclid=lv4x01tfv78815197>