

https://www.vanta.ru/documents/main/Правила_финансовой_платформы.pdf (дата обращения: 02.09.2024).

9. Правила финансовой платформы АО «Финансовый Маркетплейс Сравни.ру»: Приказ Генерального директора АО «Финансовый Маркетплейс Сравни.ру» от 16.07.2024 № 35. [Электронный ресурс]. – URL: https://sravni.market/pdf/platform_rules_from_16.07.2024.pdf (дата обращения: 02.09.2024).

10. Правила финансовой платформы Публичного акционерного общества «Московская Биржа ММВБ-РТС»: Решение Правления ПАО Московская Биржа от 01.08.2024 (Протокол № 59). [Электронный ресурс]. – URL: <https://assets.finuslugi.ru/mp-assets/platform-rules.pdf> (дата обращения: 02.09.2024).

11. Белоусов А. Л. Теоретические и практические аспекты формирования финансового маркетплейса в Российской Федерации // Russian Journal of Economics and Law. – 2021. – Т. 15, № 3. – С. 413–424.

12. Жигас М. Г. К вопросу о финансовом маркетплейсе // Baikal Research Journal. – 2021. – Т. 12, № 2.

13. Петров Д. А., Тюрина А. В. К вопросу о финансовом маркетплейсе и его правовом регулировании // Цифровые технологии и право: сб. науч. трудов II Межд. науч.-практ. конф., Казань, 22 сентября 2023 г. – В 6 т. Т. 1. – Казань: Познание, 2023. – С. 307–315.

14. Реестр операторов финансовых платформ. [Электронный ресурс]. – URL: https://cbr.ru/finm_infrastructure/registry/?CF.Search=финансовых&CF.Date.Time=Any&CF.Date.DateFrom=&CF.Date.DateTo= (дата обращения: 02.09.2024).

15. Miriam C. Buiten. The Digital Services Act: From Intermediary Liability to Platform Regulation // Journal of Intellectual Property, Information Technology and E-Commerce Law. – 2021. – № 12. – Pp. 361–380.

А. И. Мелешкина,

кандидат экономических наук, младший научный сотрудник,
Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова

НЕОБХОДИМОСТЬ РЕГЛАМЕНТАЦИИ ПОРЯДКА ОЦЕНКИ СЕТЕВЫХ ЭФФЕКТОВ НА РЫНКАХ С ПЛАТФОРМАМИ

Аннотация. В статье поднимается проблема правовой неопределенности вокруг методики оценки сетевых эффектов в рамках антимонопольного законодательства. Основой статьи служит анализ изменений, внесенных в антимонопольное законодательство (пятый антимонопольный пакет). В исследовании приведены определение и типология сетевых эффектов с точки зрения экономической теории, без понимания которой невозможно корректно регламентировать процедуру оценки сетевых эффектов. Работа носит междисциплинарный характер – на стыке юриспруденции и экономической теории.

Ключевые слова: сетевой эффект, антимонопольное регулирование, платформы, цифровая экономика, конкуренция, маркетплейсы, ФАС России

THE NEED TO REGULATE EVALUATION OF NETWORK EFFECTS IN MARKETS WITH PLATFORMS

Abstract. The article raises the problem of legal uncertainty around the methodology for assessing network effects within the framework of antitrust legislation. The article is based on the analysis of changes made to the antitrust legislation (the fifth antitrust package). The study provides a definition and typology of network effects from the point of view of economic theory, without understanding which it is impossible to correctly regulate the procedure for assessing network effects. The work is interdisciplinary in nature - at the junction of jurisprudence and economic theory.

Keywords: network effect, antitrust, platforms, digital economy, competition, marketplaces, FAS Russia

Введение. В июле 2023 года был принят Федеральный закон от 10.07.2023 № 301-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О защите конкуренции» (далее – ФЗ № 301-ФЗ), именуемый пятым антимонопольным пакетом. Цель нововведений в антимонопольное законодательство – совершенствование регулирования цифровых рынков. Среди ключевых положений ФЗ № 301-ФЗ, требующих дополнительной проработки со стороны регулятора и особого внимания со стороны участников цифровых рынков, – понятие сетевых эффектов.

Основная часть. «Сетевой эффект – свойство товарного рынка (товарных рынков), при котором потребительская ценность программы (совокупности программ) для электронных вычислительных машин в информационно-телекоммуникационных сетях, в том числе в сети Интернет, обеспечивающей совершение сделок между продавцами и покупателями определенных товаров (далее – цифровая платформа), изменяется в зависимости от изменения количества таких продавцов и покупателей».¹

Проблема правовой неопределенности. В соответствии с принятыми поправками в антимонопольное законодательство учет сетевого эффекта является частью процедуры проведения анализа состояния конкуренции на товарных рынках с цифровыми платформами. При этом антимонопольный орган устанавливает наличие сетевых эффектов и определяет возможность у платформы оказывать решающее влияние на условия обращения товара на рынке/устранять других участников рынка/создавать барьеры входа на рынок.

Основной проблемой в реализации данного положения ФЗ № 301-ФЗ является отсутствие алгоритма оценки сетевого эффекта, что может вести к ошибкам в правоприменении и созданию отрицательных экономических эффектов для участников цифровых рынков.

Экономический смысл сетевого эффекта заключается не в факте его наличия, а в его параметрах:

1) сетевой эффект может обладать разной интенсивностью. Сила сетевого эффекта в значительной степени зависит от стадии развития рынка – чем более зрелый рынок с точки зрения насыщения спроса, тем сильнее сетевой эффект.

¹ URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61763/baabe5b69a3c031bfb8d4858-91bf8077d6809a94

Однако зависимость «ценности» платформы для потребителей может иметь разные формы зависимости от количества пользователей платформы – линейную, степенную или показательную. Форма зависимости переменных позволяет определить, насколько быстро растет сетевой эффект и когда он начинает замедляться/снижаться. В зависимости от силы эффекта будет отличаться и возможность платформы оказывать влияние на условия конкуренции на рынке [3, 4]. Учет данного параметра в ходе антимонопольного регулирования рынка необходим для оценки преодолимости барьеров входа на цифровые рынки;

2) по направлению сетевые эффекты делятся на прямые и косвенные [1, 2]. Прямые сетевые эффекты характеризуются ситуацией, когда увеличение степени использования платформы ведет к прямому увеличению ее ценности для пользователей, увеличивая их желание платить за услуги платформы. Такого рода эффекты возникают на платформах мессенджерах, предоставляющих возможность обмена сообщениями между пользователями (чем больше пользователей мессенджера, тем привлекательнее он для аудитории).

Косвенный сетевой эффект возникает тогда, когда одна категория пользователей выигрывает от присоединения к платформе другой категории. Например, агрегатор такси становится более востребованным для стороны предложения (таксистов), когда обладает большой аудиторией на стороне спроса (пассажирами, подключенными к сервису заказа такси в рамках платформы).

Направление сетевого эффекта определяет структуру цифрового рынка, его границы и емкость – эти параметры являются ключевыми для определения состояния конкуренции на цифровых рынках и последующего вынесения решения о наличии/отсутствии антиконкурентных действий компании. В случае игнорирования прямых или косвенных сетевых эффектов возможны ошибки антимонопольного регулирования двух типов – слишком узкое определение границ рынка (в таком случае платформа с высокой вероятностью будет признана доминирующей на рынке и будет подвержена избыточному государственному регулированию), и слишком широкое определение границ рынка (в таком случае в границы рынка войдет значительное число компаний и злоупотребление доминирующим положением, проявляющееся в установлении монопольно высоких цен или создании барьеров входа, останется незамеченным);

3) сетевой эффект может быть как положительным, так и отрицательным. Выше говорилось о положительных сетевых эффектах (новый пользователь увеличивает полезность платформы для других пользователей), однако есть и противоположный тип сетевого эффекта. Отрицательный сетевой эффект – снижение полезности платформы для пользователей в случае присоединения нового участника. Такого рода ситуации возможны в условиях большой загрузки сервера и перегрузки сети. Положительные и отрицательные сетевые эффекты могут уравновешивать друг друга, не позволяя платформе безгранично расширяться. Этот фактор должен учитываться в рамках антимонопольной практики регулирования цифровых рынков при оценке возможности злоупотребления доминирующим положением хозяйствующего субъекта. В противном случае возможна ошибка антимонопольного регулирования, связанная с переоценкой положительных сетевых эффектов и завышением оценок рыночной власти компаний. Такие ошибки влекут за собой дополнительные предписания со стороны ФАС России и штрафные санкции.

Перечисленные выше параметры не находят отражения в пятом антимонопольном пакете, в связи с чем возрастает риск некорректного определения границ цифровых рынков и барьеров входа на рынки с платформами.

Кроме того, новые правила регулирования цифровых рынков не учитывают возможность потребителя использовать сразу несколько сетей одновременно. Это явление именуют множественной адресацией (multihoming). Мультихоуминг пользователя снижает его издержки переключения между платформами и ограничивает их рыночную власть.

Перечисленные проблемы в реализации антимонопольного регулирования цифровых рынков с платформами создают риски для участников рынков с точки зрения несения репутационных и финансовых издержек в случае ошибок правоприменения, одновременно приводя к росту административной нагрузки регулятора. В условиях, когда нормативно-правовая база имеет существенные пробелы, компании – участники рынков вынуждены самостоятельно предпринимать меры, направленные на снижение антимонопольных рисков – в рамках антимонопольного комплаенса. В ситуации правовой неопределенности требуются разъяснения со стороны ФАС России относительно процедуры оценки сетевых эффектов на рынках с цифровыми платформами.

Заключение. Описанная проблема может приводить к отрицательным последствиям не только на рынках с платформами в границах РФ, но и распространяться на территории ЕАЭС при формировании общих товарных рынков, а также в ходе развития интегрированной информационной системы ЕАЭС. Биржи и электронные торговые площадки по своей сути также являются платформами и могут вести к ухудшению конкуренции в случае нарушения требований антимонопольного законодательства. В связи с чем регламентация мониторинга и оценки сетевых эффектов имеет значение и для реального сектора экономики, который все в большей степени становится зависим от платформенного ценообразования и обмена ценовыми данными.

Список литературы

1. Маркова О. А. Определение границ рынков с платформами: как учитывать сетевые экстерналии и эффект переноса? // Вопросы теоретической экономики. – 2022. – № 3. – С. 7–30.
2. Рожкина В. С., Голованова С. В., Корнеева Д. В. Количественная оценка перекрестных сетевых эффектов для нетрансакционных платформ // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. – 2022. – № 4. – С. 17–38.
3. Cen Y., Li L. Effects of network externalities on user loyalty to online B2B platforms: an empirical study // Journal of Enterprise Information Management. 2019. [Электронный ресурс]: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JEIM-02-2019-0050/full/html> (дата обращения: 20.08.2024).
4. Toh P. K., Chung J. S. Competition-Based Network Effect and Heterogeneity in Participation Channels within Platforms // Academy of Management Proceedings. 2023. [Электронный ресурс]: <https://journals.aom.org/toc/amproc/2023/1> (дата обращения: 20.08.2024).