

Антимонопольное регулирование в условиях цифровизации как актуальный вызов государственного регулирования экономики

Научный руководитель – Лавров Михаил Николаевич

Перова А.Р.¹, Андрийчук В.Н.²

1 - Московский государственный областной университет, Москва, Россия, *E-mail: nastuscha10@mail.ru*; 2 - Московский государственный областной университет, Москва, Россия, *E-mail: nastuscha10@mail.ru*

Цифровизация проникает абсолютно во все сферы жизни общества. Индекс цифровизации отечественной экономики стремительно растет и по отдельным видам экономической деятельности (финансы, торговля) достигает уровня в 50 и более процентов [1]. Карантинные ограничения 2020 года создали дополнительные предпосылки и оказали стимулирующее воздействие на развитие онлайн-обучения, удаленной работы, бесконтактной доставки товаров и предоставление других услуг, включая государственные. Очевидно, что торговля и другие услуги стремительно перемещаются на электронные площадки и рост востребованности цифровых услуг продолжится [4]. Потребители предпочитают совершать покупки на интернет-платформах, высоко ценят удобство, оперативность, а также возможность сравнения цен и получения другой информации о товаре. Клиенты цифровых платформ вправе рассчитывать на скидки, выгодные условия доставки и возврата, а поставщик - на предоставление услуг хранения, маркетинга, логистики. Ассортимент товаров маркетплейсов характеризуется большим разнообразием (от детских игрушек до строительных материалов и автозапчастей). Позитивный эффект масштабного использования «цифры» для экономики и социума представляется бесспорным. При этом нельзя допустить, чтобы слабо контролируемая деятельность интернет-гигантов превратила цифровую сферу в монопольный или олигопольный рынок. Стремление крупных интернет компаний обрести конкурентные преимущества за счет использования так называемых «сетевых эффектов» также должно быть ограничено [3]. В рамках антимонопольного регулирования следует избегать избыточных требований, запретов для граждан и компаний. Сами регулировочные процедуры не должны стать финансово обременительными для государства и бизнеса. Желательно, чтобы контроль экономической концентрации и сделок (особенно трансграничных) на цифровом рынке не оказывал сдерживающего влияния на реализуемые бизнесом преобразования и не снижал инвестиционной привлекательности в рассматриваемой сфере. Наконец, успешные агрегаторы, популярные сайты туроператоров, финансовых и страховых организаций, которым удалось привлечь внимание большого числа пользователей, не должны автоматически признаваться доминирующими организациями. Особую сложность антимонопольного регулирования в цифровой сфере представляет ее новизна, а также следующие процедурные и методологические проблемы, которые не могут быть решены на основе действующих правовых норм и регламентов ФАС России: нуждается в уточнении терминологический аппарат для обозначения понятий «сетевой эффект», взаимозаменяемые услуги», «цифровые алгоритмы», «доверенное лицо»; проблема определения границ анализируемого товарного рынка ввиду отсутствия у интернет-среды границ как таковых; чрезвычайная трудоемкость корректного определения доли рынка цифровой платформы; например, информация о выручке Wildberries, Goods, Lamoda не позволяет сделать вывод об их доле ввиду работы вышеуказанных цифровых платформ на большом числе несовпадающих рынков; невозможность идентифицировать пользовательскую информацию (аккаунты цифровой платформы в популярных социальных сетях, поисковые запросы, всплывающая реклама) как средство обретения рыночной

власти. Такая информация не поддается регулированию, хотя и способна повышать эффективность деятельности интернет-компаний, удерживать ее лидерство на рынке, ограничивая конкуренцию [2]. Следует также отметить, что введение в современных условиях международных санкций сильно повлияет на представленность на отечественном рынке множества прежде всего западных компаний, и это коснется и цифровой экономики. Соответственно, изменение распределение долей рынка может привести к возникновению доминирующего положения в зарубежных или отечественных компаний, которые продолжают оказывать соответствующие услуги, и не должны попасть под формальные санкции антимонопольных органов, что требует в каком-то смысле базовой «ручной» настройки регулирования, особенно в части критической инфраструктуры и социально-значимых сферах экономики. Антимонопольное регулирование деятельности цифровых платформ должно обеспечивать защиту конкуренции при сохранении мотивации и возможностей организаций к развитию и предоставлению высокотехнологичных сервисов. Поиск приемлемых для государства и бизнеса инструментов составляет важную прикладную научную задачу.

Источники и литература

- 1) Головинова С. И. Цифровизация экономики Российской Федерации: основные вызовы, угрозы // Научные записки молодых исследователей. 2020. № 2. С. 45-53.
- 2) Джигоева Л.С. О новых подходах к антимонопольному регулированию в условиях цифровой экономики // Российское конкурентное право и экономика. 2020. №1 (21). С. 32-37.
- 3) Карали А.А. Волков В.Ю. Антимонопольное регулирование в условиях цифровой трансформации // Аллея науки. 2019. № 3 (30). С. 88-92.
- 4) Кирпичникова Н.Н., Крупнов Ю.А. Антимонопольное регулирование рекламы в сети интернет // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2020. № 8 (50). С. 36-41.