DOI: 10.22394/2070-8378-2020-22-2-35-41

Свободная конкуренция в условиях цифровой экономики: механизмы защиты

НАТАЛЬЯ МИХАЙЛОВНА ЧЕПУРНОВА, доктор юридических наук, заслуженный юрист Российской Федерации, профессор кафедры государственно-правовых дисциплин
Институт государственной службы и управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (119571, Российская Федерация, Москва, проспект Вернадского, 82, стр. 1). E-mail: Chepurnovana@mail.ru
ВАЛЕНТИНА ОЛЕГОВНА МУРЫЗЕВА, преподаватель кафедры государственно-правовых дисциплин
Отделение «Высшая школа правоведения» Института государственной службы и управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (119571, Российская Федерация, Москва, проспект Вернадского, 82, стр. 1). E-mail: muryzeva-vo@ranepa.ru

Аннотация: В статье представлены различные подходы к понятию «цифровая экономика», предложено авторское определение, выявлены особенности государственной защиты конкуренции в условиях цифровой экономики, дана характеристика порядка осуществления хозяйственной деятельности и поддержания конкуренции на товарных рынках в условиях развития информационно-коммуникационных технологий, раскрыты особенности государственного механизма защиты конкуренции в условиях цифровизации производства товаров и услуг. Обосновывается необходимость выработки целостного организационно-правового механизма государственного управления, учитывающего процессы глобализации цифровой экономики, и необходимость изменения законодательных подходов для обеспечения учета новых субъектов в сфере конкуренции и охвата общественных отношений. Анализируя нормативно-правовые акты Российской Федерации, относящиеся к понятию «большие данные» и вопросам обработки больших объемов данных, авторы приходят к выводу о целесообразности внесения изменений в пункты Указа Президента Российской Федерации «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы» в части определения понятия цифровой экономики.
Ключевые слова: государство, конкуренция, механизм защиты, цифровая экономика, большие данные, сетевой эффект, нулевая цена товара, доминирующее положение, цифровизация производства

Статья поступила в редакцию 25 февраля 2020 года.

Чепурнова Н.М., Мурызева В.О. Свободная конкуренция в условиях цифровой экономики: механизмы защиты. *Государственная служба.* 2020. № 2. С. 35–41.

FREE COMPETITION IN THE DIGITAL ECONOMY: MECHANISMS OF PROTECTION

NATALIA M. CHEPURNOVA, Dr. Sci (Law), Honored Lawyer of the Russian Federation, Professor of the Department of State Law Studies
Institute of Public Administration and Civil Service
Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (82, Prospekt Vernadskogo, Moscow, Russian Federation, 119571). E-mail: Chepurnovana@mail.ru
VALENTINA O. MURYSEVA, Lecturer of the Department of State Law Studies
The School of Law, Institute of Public Administration and Civil Service
Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (82, Prospekt Vernadskogo, Moscow, Russian Federation, 119571). E-mail: muryzeva-vo@ranepa.ru

Abstract: The article presents various approaches to the concept of 'digital economy', offers the author's definition, identifies the features of state protection of competition in the context of digital economy, describes the procedure for conducting economic activities and maintaining competition in the commodity markets in the context of the development of information and communication technologies, reveals the features of the state mechanism for protecting competition in the conditions of digitalization of production of goods and services. It justifies the need to develop a holistic organizational and legal mechanism of public administration, taking into account the processes of globalization of the digital economy, and the need to change legislative approaches to ensure that new entities are taken into account in the field of competition and the coverage of public relations. Analyzing the normative legal acts of the Russian Federation related to the concept of Big Data and the processing of large amounts of data, the authors come to the conclusion about expediency of amending the clauses of the Decree of the President of the Russian Federation 'On the Strategy of information society development in Russian Federation to 2017 – 2030' in the part on definition of the digital economy.
Keywords: state, competition, protection mechanism, digital economy, Big Data, network effect, zero price of goods, dominant position, digitalization of production

The article was received on February 25, 2020.

Chepurnova N.M., Muryseva V.O. Free competition in the digital economy: mechanisms of protection. In: *Gosudarstvennaya sluzhba*. 2020. № 2. P. 35–41. In Russian

Введение

Цифровые технологии в экономике и использование термина «цифровая экономика» в настоящее время становятся реальностью и частью жизни общества. Современный период государственного управления характеризуется активной цифровизацией различных сфер жизни общества и государства, это обусловливает необходимость поиска и выработки соответствующих организационно-управленческих форм и методов, создания правовых основ управления и правового регулирования общественных отношений, обусловленных внедрением цифровых технологий в политическую, социальную и экономическую сферы. Объективно существует необходимость выработки целостного организационно-правового механизма государственного управления, учитывающего процессы глобализации цифровой экономики, создания условий ее развития и защиты интересов хозяйствующих субъектов.

Внедрение цифровых технологий в экономику и, как следствие, процессы ее глобализации в масштабах, выходящих за границы отдельных государств, приобретение экономическими процессами международного и мирового уровня вызвало необходимость поиска новых подходов в ее правовом регулировании, что получило свое признание на уровне Организации Объединенных Наций. Об этом говорилось в «Докладе об информационной экономике за 2017 год» генерального секретаря ООН Антониу Гутьераша на Конференции ЮНКТАД[1].

Необходимость новых подходов к регулированию рыночных отношений и организации механизма поддержки и защиты конкуренции на товарных рынках стала очевидной и обсуждается на отечественном уровне и на международных форумах. Проблемы обеспечения благоприятной конкурентной среды в условиях цифровой экономики были подняты Президентом Российской Федерации В.В. Путиным. В своем выступлении 17 июня 2016 года на пленарном заседании Петербургского международного экономического форума он отметил, что «уже сегодня мы видим попытки закрепить за собой или даже монополизировать выгоду от технологий нового поколения»[2]. В этой связи государственное регулирование конкурентных отношений в условиях цифровой экономики не может базироваться на создании замкнутых правовых пространств с жестким контролем и созданием административных барьеров.

Цифровая экономика: понятие, сущность, характерные черты

Несмотря на актуализацию исследования сущности цифровой экономики и проблем государственного регулирования, общественных отношений, возникающих в ней, следует отметить, что понятие цифровой экономики уже на протяжении последних более двух десятков лет присутствует в научной и публицистической литературе. Одним из первых его употребил Дон Тапскотт в 1995 году в своей книге «Цифровая экономика: обещание и опасность в эпоху сетевой разведки» [Tapscott, 1995. P. 271]. Следует заметить, что подход Дона Тапскотта к цифровой экономике не исчерпывался анализом существующей экономической системы и направлений ее совершенствования в условиях использования информационно-коммуникационных систем.

В фундаментальной статье 1995 года о влиянии цифровых технологий Николас Негропонте определял цифровую экономику как основу экономической деятельности в целом и подчеркивал, что со временем информационно-коммуникационные технологии проникнут во все слои жизни общества, начиная от экономических отраслей, таких как сельское хозяйство и промышленность, и заканчивая социальной сферой [Negroponte, 1995. P. 141]. Анализируя выводы указанных авторов, с ними можно согласиться лишь частично, поскольку экономика, в которой задействованы информационно-коммуникационные системы, сама создает новые модели и подходы к развитию рынков, к ведению конкурентной борьбы. В ней происходят процессы концентрации хозяйствующих субъектов и возникает опасность появления монополий. При активном развитии интернет-технологий компании, ранее казавшиеся устойчивыми, могут довольно быстро потерять свое доминирующее положение.

Есть основания признать, что до настоящего времени, при несомненном влиянии цифровой экономики на жизнедеятельность общества и государства, остается нерешенным вопрос определения самого понятия «цифровая экономика». Нормативное закрепление определения цифровой экономики содержится в Указе Президента Российской Федерации от 9 мая 2017 года № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы», где она определяется как «деятельность хозяйствующих субъектов, особенностью которой является то, что ее производство базируется на обработке больших объемов данных, что позволяет субъектам рыночных отношений повысить свою эффективность»[3].

Однако такой подход к нормативно-правовому определению цифровой экономики не отражает ее сущности. Предложенное определение цифровой экономики как чего-то совершенно отличного от экономики вообще и рыночной экономики

1 https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ier2017_overview_ru.pdf

2 http://kremlin.ru/events/president/news/52178

3 http://www.kremlin.ru/acts/bank/41919

в частности не может быть признано в полной мере оправданным. Промышленная революция, произошедшая в ведущих государствах мира в XVIII—XIX веках и повлекшая глобальный переход к автоматизации процессов производства, не изменила сущностной характеристики экономики, тогда как внедрение новых (на тот момент) технологий создало необходимость пересмотра рыночной стратегии со стороны предприятий и государственного регулирования экономики и защиты конкуренции.

В настоящее время ситуация во многом повторяется. Использование информационно-коммуникационных технологий для анализа больших объемов неструктурированной информации, получаемой напрямую от пользователей сети Интернет, дает возможность создать алгоритм, выявляющий неявные закономерности в поведении людей за доли секунды, и позволяет компаниям менять свою маркетинговую стратегию в режиме реального времени. При этом данные технологии порождают новые виды экономических отношений в рамках рыночной экономики, основанные на больших данных, но не меняют сущностную характеристику экономики вообще.

Представляет интерес анализ понятия «большие данные» (Big Data), учитывая наличие разных подходов к его определению. К большим данным относят:

- сами по себе массивы данных, предоставляемые пользователем или целенаправленно собираемые;
- алгоритмы, при помощи которых обрабатываются и структурируются данные;
- результаты обработки анализа данных, на основе которых может быть принято решение [Королев, Апатова, Круликовский, 2017. С. 31].

В России понятие «больших данных» включает в себя несколько аспектов: массивы данных, которые предоставляются пользователем в неизменном виде; технические программы и производственные мощности, позволяющие обрабатывать массивы данных и получать результат, исходя из поставленных задач. При этом «большие данные» идентифицируются как подходы, методы и инструменты обработки данных больших объемов или сложного состава в условиях непрерывного увеличения баз данных [Купревич, Турбан, 2017. С. 60].

В нормативно-правовых актах Российской Федерации дано понятие обработки больших объемов данных, под которым понимается совокупность алгоритмов автоматической обработки больших массивов данных. При этом обязательным критерием обработки должна быть невозможность обработки такого массива вручную за ограниченное время.

Следует отметить, что сами по себе массивы данных имеют сравнительно небольшую пользу. Однако в результате их машинного анализа возникает возможность выявить закономерности, недоступные для анализа обычным способом. Как правило, анализируется активность пользователей в различных социальных сетях и форумах. Часто пользователи самостоятельно предоставляют данные путем отправки отчетов об ошибках, или товар самостоятельно фиксирует особенности его использования (например, мобильные телефоны).

Исходя из того, что в условиях цифровой экономики товары и услуги реализуются с использованием информационно-коммуникационных технологий, можно говорить о феномене «сетевого эффекта». Наличие сетевого эффекта связано в первую очередь с нетрадиционными проявлениями таких характеристик рынка, как спрос и предложение, когда спрос на товар или услугу обусловлен не столько ценой на товар или его характеристиками, сколько его широким распространением [Баранов, 2010. С. 144].

Наиболее характерным и масштабным примером является интернет. Так, по мнению Кэролин Бэнтон, автора статей о бизнесе и финансах, публиковавшихся в The Huffington Post, The Motley Fool, LendingTree.com, Time, MSN, PYMNTS.com, GOBankingrates.com, SaleMove и MyBankTracker.com, «интернет – самый заметный посредник сетевого эффекта, эскалация пользователей на интернет-сетевых платформах была экспоненциальной, и компании используют эти платформы для доступа к более широким целевым рынкам»[4]. Рост социальных сетей напрямую связан с сетевым эффектом. Например, чем больше пользователей публикуют в «Твиттере» ссылки и медиа, тем более полезной становится платформа для публики. Подобный рост, благодаря сетевому эффекту, очевиден в случаях использования Facebook, YouTube и Instagram, где многие компании-производители присоединились к данным социальным сетям, чтобы рекламировать свою продукцию посредством взаимодействия с потребителями.

В зависимости от воздействия на аудиторию Roger D. Blair и D. Daniel Sokol в «The Oxford Handbook of International Antitrust Economics»[5], а также Zehui Xiong, Dusit Niyato и Ping Wang в «Encyclopedia of Wireless Networks»[6] выделяют два типа сетевого эффекта: прямой и косвенный. Прямые сетевые эффекты имеют место, когда ценность услуги возрастает просто с увеличением количества пользователей. Например, телефон полезен только тогда, когда у людей, с которыми вам нужно связаться, также есть телефоны. Чем больше

4 https://www.investopedia.com/terms/n/network-effect.asp

5 https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199859191.001.0001

6 https://doi.org/10.1007/978-3-319-32903-1_34-1

тех, кто приобрел телефон, тем более востребован будет такой товар, как телефонный аппарат.

При косвенных сетевых эффектах ценность услуги увеличивается для одной группы пользователей, когда к сети присоединяется новый пользователь из другой группы, при этом должно быть две или более групп пользователей для достижения косвенных сетевых эффектов.

В качестве примера приведем Uber. Чем больше пассажиров (потребителей) присоединяются к платформе, тем они более полезны и ценны для водителей (производителей услуги), поскольку у них больше возможностей для бизнеса, при этом обратный вариант также верен. По мере присоединения новых водителей к сети сокращается время ожидания оказания услуги, следовательно, сеть становится более ценной. Таким образом, под сетевым эффектом можно понимать ситуацию, когда ценность товара или услуги напрямую зависит от количества участников, производящих или потребляющих товар / услуги.

Еще одной отличительной чертой цифровой экономики является нулевая цена. Если в случае просто рыночной экономики производители закладывают в цену товара расходы по его созданию и продаже, то рыночная цифровая экономика характеризуется продажей цифровых товаров, цена на производство и распространение которых является крайне незначительной или стремящейся к нулю.

Бесплатное распространение цифрового товара предусматривает различные схемы, позволяющие производителю, тем не менее, получать выгоду. Первая стратегия – включение в цифровой товар рекламы, оплаченной рекламодателем. Данный подход очень распространен в социальных сетях (например, в Instagram). Вторая стратегия – цифровой товар распространяется бесплатно, однако производитель предусматривает покупку каких-то опций или дополнительных услуг внутри товара, она характерна для компьютерных игр и приложений для телефона. В этой связи следует согласиться с мнением о том, что феномен нулевой цены обуславливает необходимость пересмотра системы государственного регулирования экономикой [Макрушин, 2018. С. 11].

Исходя из исследованных подходов, представляется целесообразным внесение изменений в подпункт «р» пункта 4 Указа Президента Российской Федерации от 9 мая 2017 года № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы»[7] в части определения понятия цифровой экономики. Отражающей ее сущностные характеристики представляется следующая редакция: «Цифровая экономика – разновидность рыночной экономики, основанной на формировании спроса и предложения посредством использования информационно-коммуникационных систем».

Защита конкуренции в условиях цифровой экономики

Проблемы обеспечения свободной и равноправной для хозяйствующих субъектов конкурентной среды в условиях рыночной экономики имеют социально значимую составляющую, поскольку их решение создает условия для развития малого и среднего бизнеса. Это обеспечивает занятость трудоспособного населения, удовлетворяет потребительский спрос при доступных, обоснованных условиями рынка, ценах и способствует экономическому благополучию общества и государства. И, что важно, возникает необходимость выработки эффективных механизмов создания благоприятной конкурентной среды на товарных и финансовых рынках в условиях цифрой экономики.

Основоположник классической политической экономии Адам Смит в своей работе «Wealth of nations» впервые указал на взаимосвязь реализации интересов при свободной конкуренции, когда каждый из хозяйствующих субъектов стремится к получению выгоды, однако, реализуя такое стремление, он тем самым реализует и интересы общества [Смит, 2019. С. 17]. При анализе роли конкуренции в экономическом прогрессе и обеспечении благополучия общества в целом признается как ее ценность, соответствующая интересам частных лиц, так и публичная значимость, способствующая развитию государства и общества в целом [Плеханов, 2017. С. 212]. Обоснованно отмечается, что наличие свободной конкуренции на товарном рынке побуждает хозяйствующие субъекты направлять свои ресурсы на производство товаров, которые необходимы потребителю. Более того, в век современных технологий для успешного осуществления предпринимательской деятельности хозяйствующим субъектам необходимо проводить исследования, в том числе в инновационных сферах, что существенно увеличивает темпы технического развития общества в целом. Таким образом, конкуренция признается условием развития различных отраслей экономики и прикладной науки, стимулируя ее прогресс [Кинев, 2013. С. 47].

Задача защиты свободной и равноправной для хозяйствующих субъектов конкуренции является приоритетной задачей для государства. В России важность конкуренции для государства обусловлена также тем, что необходимость ее защиты содержится в Конституции Российской Федерации (далее – Конституции РФ).

В частности, пункт 1 статьи 8 Конституции РФ гарантирует поддержку конкуренции со стороны государства. Основной акцент при этом сделан

7 http://www.kremlin.ru/acts/bank/41919

на свободу экономической деятельности и недопустимость монополизации и недобросовестной конкуренции. В части 2 статьи 34 Конституции РФ содержится прямой запрет на экономическую деятельность, направленную на монополизацию и недобросовестную конкуренцию. Таким образом, конкуренция признается конституционной ценностью, а потому ее защита является одной из экономических функций государства. Развитие реализации обозначенных конституционных принципов получило правовое закрепление в комплексе федеральных законов и подзаконных актов.

Федеральный закон Российской Федерации от 26 июля 2006 года № 135-ФЗ «О защите конкуренции»[8] в части 2 статьи 1 предусматривает защиту конкуренции и создание условий для эффективного функционирования товарных рынков в качестве одной из основных целей антимонопольного законодательства.

Следует отметить, что существуют разные подходы к пониманию того, что подразумевается под защитой конкуренции. Распространенным является подход, при котором под защитой конкуренции понимаются исключительно меры административного принуждения, направленные на обеспечение соблюдения антимонопольного законодательства и наказания виновных в случае нарушений [Кинев, 2015. С. 59; Борзило, 2014. С. 273.]. Также существует мнение, что защита конкуренции вообще не является задачей антимонопольного законодательства, а основной его задачей является развитие конкуренции [Варламова, 2018. С. 13]. Эта точка зрения представляется спорной, поскольку развитие конкуренции не может быть функцией государства. Это вытекает из пункта 7 статьи 4 Закона «О защите конкуренции», указывающего, что конкуренция – состязательность хозяйствующих субъектов, в результате действий каждого из которых исключается возможность монополистической деятельности. Функция государства не может состоять в развитии конкуренции на товарном рынке, поскольку это задача хозяйствующих субъектов. Основная же задача государства – обеспечить комплекс мер по поддержанию возможности хозяйствующих субъектов свободно и равноправно конкурировать на товарном рынке и пресекать монополистическую деятельность. Экономической функцией государства является защита конкуренции, которая должна представлять комплекс мер:

- по поддержанию должного уровня нормативно-правового регулирования общественных отношений, обеспечивающих возможность защиты конкуренции;
- административного принуждения, направленных на обеспечение соблюдения конкурентного права и наказания виновных в случае нарушений действующего законодательства;
- носящих превентивный и поощрительный характер (антимонопольный комплаенс).

Анализ существующих мер защиты конкуренции в нынешних условиях дает основание признать, что адаптация механизмов защиты конкуренции к нуждам цифровой экономики – вопрос выживаемости российской экономики при новом технологическом укладе [Иванов, 2018. С. 110].

В ситуации отсутствия законодательной регламентации самого понятия цифровой экономики представляется необходимым в первую очередь нормативно закрепить сущностные характеристики и понятие цифровой экономики, принципы ее реализации и меры защиты конкуренции в обстоятельствах цифровизации экономических процессов. Цифровые платформы и сетевые эффекты, контроль больших данных и технологические барьеры входа на рынок, технологическая связанность продуктов и картелей, основанных на алгоритмах и машинном обучении, – все это создает условия и способствует возникновению монополистов на рынках цифровых товаров и услуг. Заместитель руководителя Федеральной антимонопольной службы (ФАС) Анатолий Голомолзин в своем выступлении в рамках сессии «Кривое зеркало цифрового рынка: допустимые и недопустимые практики» на конференции, организованной изданием «Ведомости», «Антимонопольное регулирование в России» в ноябре 2019 года обоснованно отметил, что «монополизм снова на марше», указав на то, что в условиях цифровой рыночной экономики процесс монополизации рынка может занимать существенно меньше времени[9].

Закон «О защите конкуренции» в пункте 10 статьи 4 определяет, что под монополистической деятельностью понимается противоправная деятельность хозяйствующего субъекта (или группы) по злоупотреблению доминирующим положением. Согласно разъяснению Федеральной антимонопольной службы № 15 от 24 октября 2018 года «О привлечении к ответственности за злоупотребления доминирующим положением хозяйствующих субъектов, признанных коллективно доминирующими», само по себе признание хозяйствующего субъекта или группы лиц занимающими доминирующие положение на товарном рынке не является нарушением антимонопольного законодательства.

Согласно части 3 статьи 5 Закона «О защите конкуренции», доминирующим признается положение каждого хозяйствующего субъекта из нескольких хозяйствующих субъектов (за исключением финансовой организации), применительно

8 *Российская газета.* № 162. 27.07.2006.

9 http://d-russia.ru/tsifrovaya-ekonomika-porodila-novye-monopolii-fas.html

к которому выполняются в совокупности следующие условия:

1) доля хозяйствующего субъекта на товарном рынке должна превышать восемь процентов;

2) совокупная доля трех хозяйствующих субъектов превышает 50%, а совокупная доля пяти хозяйствующих субъектов превышает 70%;

3) в течение длительного периода времени размеры долей хозяйствующих субъектов не изменяются или подвержены малозначительным изменениям, при этом под длительным периодом понимается один год, если товарный рынок существует менее года, то в течение всего срока существования;

4) отсутствие возможности заменить товар на товарном рынке для потребителя;

5) формирование цены товара не зависит от роста или снижения спроса на товарном рынке.

Обращает на себя внимание то обстоятельство, что указанные условия носят как количественный характер, выражающийся в процентном соотношении, так и качественный. Подобный подход в совокупности позволяет оценить степень влияния хозяйствующего субъекта как на формирование спроса и предложения на рынке товаров и услуг, так и на свободную конкуренцию.

Представляется необходимым пересмотреть законодательные подходы к понятию монополиста на товарном рынке и определению хозяйствующего субъекта, занимающего доминирующее положение на рынке и потенциально имеющего возможность злоупотреблять своим положением. Закон «О защите конкуренции» предусматривает, что доминирующим может быть признан только хозяйствующий субъект, имеющий долю на товарном рынке, однако в условиях цифровой экономики широко распространены платформы-агрегаторы, специализирующиеся на сборе, сортировке и предоставлении покупателям информации о различных товарах или услугах, а также предоставляющие удобную площадку для заказа товаров или услуг. Например, платформы, предоставляющие возможность заказа такси, фактически не оказывают услугу по вызову такси, а лишь предоставляют доступ к приложению, где пользователи могут найти водителей. Последние, в свою очередь, оплачивают регистрацию в системе и возможность работы в ней. Таким образом, компания, фактически не предоставляющая услуги на товарном рынке и не имеющая на нем доли (более того, не несущая ответственности за качество предоставляемой услуги), может оказывать существенное влияние как на формирование спроса и предложения на рынке, так и на цену услуги.

С учетом вышесказанного необходимо внести изменение в пункт 1 статьи 5 Закона «О защите конкуренции», дополнив статью подпунктом следующего содержания: «Доминирующим признается положение хозяйствующего субъекта (за исключением финансовой организации), не имеющего доли на товарном рынке, однако имеющего возможность оказывать решающее влияние на общие условия обращения товара на соответствующем товарном рынке, устранять и (или) затруднять доступ на товарный рынок хозяйствующих субъектов путем использования цифровых технологий». Это позволит сделать формулировки закона соответствующими современным условиям цифровой экономики и ситуации использования информационных технологий на товарных рынках.

Заключение

В условиях современного динамично развивающегося мира, где развитие цифровых технологий порождает новые, нетипичные формы взаимодействия и общественные отношения, важно выработать соответствующие подходы к их правовому регулированию, учитывающие круг субъектов и формы их взаимодействия в цифровой среде. Объективно усматривается необходимость законодательного определения понятия цифровой экономики и ее характеристики с учетом того, что цифровая экономика является видом рыночной экономики и строится на единых принципах. Однако она имеет ряд характерных особенностей, к числу которых можно отнести:

- сокращение периода принятия экономически важных решений хозяйствующими субъектами на основе машинного анализа больших данных, что может приводить к одновременному идентичному поведению хозяйствующих субъектов на рынке, не являющемуся результатом антиконкурентного сговора;
- новые механизмы формирования спроса и предложения, когда помимо необходимости в каком-либо товаре или услуге немаловажную роль играет, насколько много продавцов и покупателей представлено на рынке данного товара, от чего напрямую зависит ценность товара или услуги;
- появление «бесплатных» цифровых товаров или услуг, когда напрямую невозможно установить уровень дохода организации и определить степень влияния хозяйствующего субъекта на товарный рынок или смежные рынки.

Цифровизацией экономики обусловлена необходимость изменения законодательных подходов к определению доминирующего положения для обеспечения учета новых субъектов в сфере конкуренции и охвата довольно большого круга общественных отношений, обусловленных развитием и использованием информационно-коммуникационных технологий в цифровой экономике. Учитывая, что само по себе наличие доминирующего положения не является нарушением анти-

монопольного законодательства, инновационные хозяйствующие субъекты, приобретающие доминирующее положение в результате информационного технологического прогресса, при изменении нормативных подходов не будут искусственно сдерживаться антимонопольным законодательством. Это позволит обеспечить технологическое развитие экономики и создаст возможность государственным антимонопольным органам осуществлять защиту прав хозяйствующих субъектов в случае злоупотреблений и одновременно поддерживать благоприятную конкурентную среду, основанную на добросовестности и равенстве хозяйствующих субъектов, соответствующую социальным интересам и экономическим потребностям общества.

Литература

Баранов В.Н. Сетевые эффекты в интернете. *Транспортное дело России*. 2010. № 9. С. 144–146.

Борзило Е.Ю. Антимонопольные риски предпринимательской деятельности: научно-практическое руководство. М.: Статут, 2014.

Варламова А.Н. Развитие конкуренции как цель конкурентного права и пути ее достижения. *Юрист.* 2018. № 11. С. 11–18.

Иванов А.Ю. Контроль монополизации в условиях цифровой экономики: первая часть дискуссии о пятом антимонопольном пакете. *Закон*. 2018. № 2. С. 106–119.

Кинев А.Ю. Административно-правовая защита конкуренции: проблемы и пути совершенствования: Дисс. ... докт. юрид. наук. М., 2015.

Кинев А.Ю. Современные проблемы административно-правовой защиты конкуренции в Российской Федерации. *Актуальные проблемы российского права.* 2013. № 6. С. 679–688.

Королев О.Л., Апатова Н.В., Круликовский А.П. Большие данные как фактор изменения процессов принятия решений в экономике. *Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки.* 2017. Т. 10 № 4. С. 31–38.

Купревич Т.С., Турбан Г.В. Особенности инфраструктуры цифровой экономики в мировом хозяйстве. *Сборник статей по материалам IV международной научно-практической конференции*. 2017. С. 60–65.

Макрушин С.В. Цифровая экономика: трансформация технологий и новый экономический уклад. *Имущественные отношения в Российской Федерации*. 2018. № 2. С. 10–17.

Плеханов Д.А. Защита конкуренции от органов государственной власти и местного самоуправления (на примере России, Республики Армения, Литовской Республики, Республики Беларусь). *Актуальные проблемы российского права*. 2017. № 3. С. 212–219.

Смит А. The Wealth of Nations. М.: Юрайт, 2019.

Negroponte N. Being Digital. Vintage Books, 1995.

Tapscott D. The Digital Economy: Promise and Peril In The Age of Networked Intelligence. McGraw-Hill, 1995.

References

Baranov V.N. Network effects in the Internet. Transportnoe delo Rossii. 2010. № 9. P. 144-146. In Russian

Borzilo E.Yu. Antimonopoly risks of business activity: scientific and practical guide. M.: Statut, 2014. In Russian

Ivanov A.Yu. Merger Review in the Digital Age: Episode one in Discussions on the Fifth Competition Law Reform Package. *Zakon.* 2018. № 2. P. 106–119. In Russian

Kiniov A.Yu. Administrative and legal protection of competition: problems and ways of improvement: Dr. Sci. (Law) Dissertation: 12.00.14. M., 2015. In Russian

Kiniov A.Yu. Modern problems of administrative and legal protection of competition in the Russian Federation. *Aktualnye problemy rossijskogo prava*. 2013. № 6. P. 679–688. In Russian

Korolev O.L., Apatova N.V., Krulikovskij A.P. Big Data as a factor in changing decision-making processes in the economy. *Nauchno-tekhnicheskie vedomosti Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo politekhnicheskogo universiteta. Ekonomicheskie nauki.* 2017. T. 10. № 4. P. 31–38. In Russian

Kuprevich T.S., Turban G.V. Features of the digital economy infrastructure in the world economy / Collection of articles on the materials of the IV international scientific and practical conference. 2017. P. 60–65. In Russian

Makrushin S.V. Digital economy: transformation of technologies and new economic structure. *Imushchestvennye otnosheniya v Rossijskoj Federacii.* 2018. № 2. P. 10–17. In Russian

Negroponte N. Being Digital. Vintage Books, 1995. In English

Plekhanov D.A. Protection of competition from state and local authorities (for example, Russia, the Republic of Armenia, the Republic of Lithuania, and the Republic of Belarus). *Aktualnye problemy rossijskogo prava*. 2017. № 3. P. 212–219. In Russian

Smith A. The Wealth of Nations. M.: Yurajt, 2019. In English

Tapscott D. The Digital Economy: Promise and Peril In The Age of Networked Intelligence. McGraw-Hill, 1995. In English

Varlamova A.N. Development of Competition as an Aim of Competition Law and Ways to Achieve It. *Yurist.* 2018. № 11. P. 11–18. In Russian