

DOI: 10.17803/1994-1471.2023.156.11.111-117

А. Ю. Бурова*

Цифровая экосистема как способ ведения предпринимательской деятельности: юридический взгляд

Аннотация. В статье цифровая экосистема рассматривается как способ ведения предпринимательской деятельности, выделяются составляющие цифровую экосистему компоненты: цифровая среда, субъекты — участники экосистемы, реализуемые продукты. Автором проанализированы российские цифровые сервисы, которые могут быть отнесены к цифровым экосистемам. Устанавливается, что возможно выделение бизнес-экосистем, функционирование которых направлено на извлечение прибыли, и экосистем, не имеющих коммерческой направленности. На основании проведенного анализа определяется субъектный состав экосистемы, в который входят: холдинговая компания и иные компании, которые осуществляют управление цифровой экосистемой; операторы цифровых платформ; партнеры операторов цифровых платформ, которые реализуют свои продукты через цифровые платформы; пользователи экосистемы, потребляющие продукты партнеров и посреднические услуги операторов цифровых платформ. Автор приходит к выводу о том, что особенности цифровой экосистемы, связанные с ее структурой, должны предопределять содержание будущего законодательного регулирования цифровых экосистем, которое находится в стадии своего становления.

Ключевые слова: цифровая экосистема; бизнес-экосистемы; группа компаний; цифровая платформа; холдинг; оператор цифровой платформы; цифровая среда; пользователи; партнеры; посредническая деятельность.

Для цитирования: Бурова А. Ю. Цифровая экосистема как способ ведения предпринимательской деятельности: юридический взгляд // Актуальные проблемы российского права. — 2023. — Т. 18. — № 11. — С. 111–117. — DOI: 10.17803/1994-1471.2023.156.11.111-117.

Digital Ecosystem as a Way of Doing Business: Legal Perspective

Aleksandra Yu. Burova, Cand. Sci. (Law), Lecturer, Department of Civil Law and Procedure,
Faculty of Law, Lobachevsky University
pr. Gagarina, d. 23, Nizhniy Novgorod, Russia, 603022
ayuburova@yandex.ru

Abstract. The paper examines the digital ecosystem as a way of doing business, and highlights the elements that make up the digital ecosystem: the digital environment, subjects — participants in the ecosystem, products sold. The author analyzed Russian digital services that can be classified as digital ecosystems. It is established that it is possible to speak about business ecosystems, the functioning of which is aimed at making a profit, and ecosystems

© Бурова А. Ю., 2023

* Бурова Александра Юрьевна, кандидат юридических наук, преподаватель кафедры гражданского права и процесса юридического факультета Нижегородского государственного университета имени Н.И. Лобачевского
пр. Гагарина, д. 23, г. Нижний Новгород, Россия, 603022
ayuburova@yandex.ru

that do not have a commercial purpose. Based on the analysis, the elements of the ecosystem are determined, which include: the holding company and other companies that manage the digital ecosystem; digital platform operators; partners of digital platform operators who sell their products through digital platforms; ecosystem users who consume partner products and intermediary services of digital platform operators. The author concludes that the features of the digital ecosystem associated with its structure should determine the content of future legislative regulation of digital ecosystems, which is in its infancy.

Keywords: digital ecosystem; business ecosystems; company group; digital platform; holding; digital platform operator; digital environment; users; partners; mediation activities.

Cite as: Burova AYU. Digital Ecosystem as a Way of Doing Business: Legal Perspective. *Aktual'nye problemy rossijskogo prava*. 2023;18(11):111-117. (In Russ.). DOI: 10.17803/1994-1471.2023.156.11.111-117

В последнее время предпринимательство развивается на основе платформенной экономики, которая предполагает использование цифровой платформы для реализации продукции потребителям. Большой доход бизнесу приносит одновременное развитие нескольких разнородных направлений на базе цифровых платформ. Неслучайно многие компании, изначально специализирующиеся на каком-либо одном бизнес-направлении, впоследствии начинают развивать и другие проекты и, пользуясь уже сложившейся репутацией, подталкивают своих клиентов к использованию новых продуктов. Именно этот тренд, заключающийся в дифференциации и расширении круга услуг, предоставляемых клиентам с помощью единой цифровой среды (а нередко — полностью в цифровой среде), получил название цифровой экосистемы. Например, ранее Ozon был известен как книжный интернет-магазин, Сбербанк осуществлял только банковскую деятельность, МТС являлся исключительно оператором мобильной связи. Сейчас каждая из этих групп компаний не ограничивается изначальным видом деятельности, ради которого она создавалась, а предоставляет пользователям широкий круг разнородных услуг: от доставки еды до банковских операций.

Как показывает анализ официальных источников, цифровая экосистема понимается пре-

имущественно как способ ведения предпринимательской деятельности. При этом за рамками сложившегося представления остаются его правовые особенности.

Например, в Концепции общего регулирования деятельности групп компаний, развивающих различные цифровые сервисы на базе одной «экосистемы», представленной Министерством экономического развития РФ в 2021 г.¹, под цифровой экосистемой понимается «клиентоцентричная бизнес-модель, объединяющая две и более группы продуктов, услуг, информации (собственного производства и/или других игроков) для удовлетворения конечных потребностей клиентов (безопасность, жилье, развлечения и т.д.)».

В докладе Банка России экосистема рассматривается как «совокупность сервисов, в том числе платформенных решений, одной группы компаний или компании и партнеров, позволяющих пользователям получать широкий круг продуктов и услуг в рамках единого бесшовного интегрированного процесса»².

В отчете об исследовании цифровых экосистем Института экономической политики имени Е.Т. Гайдара цифровая экосистема предстает как «цифровая платформа, интегрированная с другими цифровыми сервисами и/или цифровыми платформами одной группы компаний/партнеров или органа государственной вла-

¹ URL: https://www.economy.gov.ru/material/file/cb29a7d08290120645a871be41599850/koncepciya_21052021.pdf (дата обращения: 02.02.2023).

² Экосистемы: подходы к регулированию : доклад Банка России для общественных консультаций. Апрель, 2021 г. // URL: https://www.cbr.ru/Content/Document/File/119960/Consultation_Paper_02042021.pdf (дата обращения: 02.02.2023).

сти, действующая на нескольких отраслевых рынках»³.

В последнем представленном отчете АНО «Цифровая экономика» цифровая экосистема описывается через совокупность следующих признаков: тесная внутренняя интеграция и связанность сервисов; перекрестное субсидирование сервисов; сквозная навигация (сервис поиска); множественность рынков и видов экономической деятельности; количество цифровых сервисов для потребителя; возможность злоупотребления в хозяйственной деятельности (препятствия для новых игроков, ценовая дискриминация); перераспределяемые финансы и ресурсы экосистемы; система лояльности клиентов; логистический (дополнительный) сервис; количество потребителей (уникальных пользователей) и поставщиков экосистемы⁴.

Несмотря на то что выделение в качестве признака цифровой экосистемы возможности злоупотребления в хозяйственной деятельности выглядит сомнительным, в целом можно утверждать, что в экономической сфере понятие цифровой экосистемы является уже сложившимся и представляет собой способ ведения предпринимательской деятельности, характеризующийся предоставлением одной группой компаний разнородных видов услуг с использованием цифровых платформ.

На наш взгляд, цифровую экосистему можно рассматривать как комплексный феномен, включающий в себя несколько компонентов (среда, субъекты, продукт).

1. *Среда.* Цифровая экосистема часто определяется как совокупность цифровых платформ, играющих посредническую роль при продвижении продуктов от производителя к потребителю. Как правило, цифровая экосистема характеризуется наличием интернет-сайта (мобильного приложения), на котором размещена информация

обо всех продуктах, которые может получить пользователь после регистрации в этой экосистеме. Для каждого продукта создается отдельный интернет-сайт (цифровая платформа), управляемый оператором цифровой платформы (компания, входящая в единую группу компаний и созданная специально для реализации данного продукта). Иными словами, в рамках цифровой экосистемы взаимодействие происходит в цифровой среде.

2. *Субъекты.* Цифровая экосистема сама по себе субъектом, а тем более субъектом права не является. Но в ее рамках действуют сразу несколько категорий самостоятельных субъектов. Сюда относятся:

а) холдинговая компания и иные компании, которые осуществляют управление цифровой экосистемой, выстраивают общую политику и стратегию развития бизнеса, определяют его направления и т.п.;

б) операторы цифровых платформ (далее также — операторы), которые специализируются на посредничестве в предоставлении конкретного вида услуг. Чуть реже такие субъекты занимаются не только организационно-технологической деятельностью по поддержанию функционирования цифровой платформы, но и собственной деятельностью по производству какого-либо продукта, реализуемого на цифровой платформе наряду с продуктами иных лиц (партнерами).

Операторы входят в группу компаний цифровой экосистемы на основе корпоративного участия холдинговой компании или иных аффилированных с ней компаний в их уставном капитале.

Стоит отметить, что деятельность операторов цифровых платформ в отдельных сферах уже законодательно регламентируется⁵. Кроме того, частично урегулированы аспекты взаимодейст-

³ Цифровые экосистемы в России: эволюция, типология, подходы к регулированию : отчет об исследовании Института экономической политики имени Е.Т. Гайдара. Июнь, 2022 г. // URL: https://www.iep.ru/files/news/Issledovanie_jekosistem_Otchet.pdf (дата обращения: 02.02.2023).

⁴ Регулирование цифровых экосистем и платформ : отчет АНО «Цифровая экономика». Август, 2022 г. // URL: https://files.data-economy.ru/Docs/Otchet_4_v12.pdf (дата обращения: 02.02.2023).

⁵ См.: Федеральный закон от 02.08.2019 № 259-ФЗ «О привлечении инвестиций с использованием инвестиционных платформ и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Феде-

вия таких операторов (применительно к ним закон использует термин «владелец агрегатора информации о товарах (услугах)» с потребителями⁶;

в) партнеры операторов цифровых платформ, которые реализуют свои продукты через цифровые платформы. В зависимости от сферы функционирования цифровой платформы это могут быть страховщики, рестораны, такси, аптеки и т.п. С каждым из них операторы заключают соответствующие договоры, согласно условиям которых операторы размещают на цифровой платформе информацию о продукте партнера, зачастую выступают посредником в денежных переводах при реализации продукта, а партнер уплачивает оператору комиссию с продаж;

г) пользователи — потребители реализуемых продуктов и посреднических услуг операторов цифровых платформ. Термин «потребители» может использоваться как в узком, так и широком смысле. Узкое (юридическое) понимание данного термина отражено в Законе РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей», с 2018 г. содержащем базовое регулирование взаимоотношений владельцев агрегаторов информации о товарах (услугах), продавцов (исполнителей) и потребителей.

3. *Продукты.* Это те товары и услуги, которые предлагаются пользователям в рамках цифровой экосистемы через специализированные цифровые платформы. Нередко цифровая экосистема разрабатывает собственные продукты, реализуя их наряду с продуктами партнеров.

Таким образом, с юридической точки зрения цифровая экосистема представляет собой не что иное, как систему сложных правоотношений, возникающих в цифровой среде между несколькими операторами цифровых платформ, входящих в одну группу компаний, партнерами и пользователями по поводу реализации принадлежащих партнерам (реже — операторам) разнородных продуктов пользователям с использованием цифровых платформ.

Подлинных цифровых экосистем в России не так много. Большинство предпринимателей долгое время остаются на уровне монопродукта, прежде чем дифференцировать бизнес-направления.

Исследуя опыт российских цифровых экосистем, можно заметить определенные закономерности в их развитии. Как правило, первоначально создается компания, развивающая исключительно одно направление в предпринимательской деятельности. По мере увеличения прибыли, разрастания клиентской базы принимается решение развивать иные направления (в том числе это могут быть некоммерческие, например образовательные, проекты), а для каждого направления создаются отдельные подконтрольные организации. То есть по большому счету с корпоративной точки зрения цифровая экосистема представляет собой группу компаний (холдинг), связанных между собой отношениями значительного влияния или контроля.

Так, до недавнего времени компанию Ozon (головная организация — Ozon Holdings PLC) нельзя было назвать экосистемой, поскольку она занималась производством монопродукта и, будучи агрегатором электронной коммерции, осуществляла посредничество при продаже товаров, предлагая также услуги по курьерской доставке. Однако в настоящее время компания начала широко развивать и другие направления: проект «Ozon Карта», которая выпускается подконтрольным банком «Еком Банк», Ozon fresh — сервис быстрой доставки продуктов питания, бакалеи, бытовой техники, электроники и товаров других категорий, Ozon Travel — онлайн-сервис для организации поездок, где можно забронировать номера в отелях для отпуска, командировки или путешествия, а также железнодорожные и авиабилеты, «Ozon Объявления» — сервис продажи и покупки новых и б/у товаров, «Ozon Моменты» — раздел в приложении Ozon, где пользователи делятся

рации» // СЗ РФ. 2019. № 31. Ст. 4418 ; Федеральный закон от 20.07.2020 № 211-ФЗ «О совершении финансовых сделок с использованием финансовой платформы» // СЗ РФ. 2020. № 30. Ст. 4737.

⁶ Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» // СЗ РФ. 1996. № 3. Ст. 140.

моментами своей жизни, публикуя фото, видео и трансляции⁷.

Указанные сервисы интегрированы с агрегатором электронной коммерции (маркетплейсом), но для развития каждого направления создаются отдельные юридические лица (например, сам маркетплейс — ООО «Интернет Решения», Ozon Travel — ООО «Интернет — Трэвел», «Ozon Карта» — банк «Еком Банк»).

К крупнейшим экосистемам относится «Яндекс», куда входят 47 компаний (головная организация — нидерландская Yandex N.V.)⁸. При этом из наименования организаций зачастую уже видна их специализация на каком-либо одном сегменте бизнеса. Экосистема объединяет более 85 пользовательских сервисов: поиск и портал, электронная коммерция («Яндекс.Еда», «Яндекс.Доставка», «Яндекс.Такси»), развлечения («Яндекс.Плюс», «Яндекс.Музыка», «Кинопоиск», «Яндекс.Афиша», «Яндекс.Студия»), сервисы объявлений («Авто.ру», «Яндекс.Недвижимость», «Яндекс.Аренда», «Яндекс.Путешествия»), другие бизнес-юниты и инициативы («Яндекс Беспилотные технологии», Yandex Cloud, «Яндекс.Практикум», «Устройства»)⁹.

Крупной экосистемой является VK (бывшая Mail.ru Group), развивающая соцсети, мессенджеры, поисковые системы, платежный сервис VK Pay, социальные сервисы, магазин приложений RuStore, медиапроекты, образовательные проекты и др.

В экосистемы превращаются крупнейшие мобильные операторы связи (МТС и «Мегафон»).

Кроме того, на российском рынке выделяется группа так называемых банковских экосистем. В литературе понятие банковской экосистемы формулируется следующим образом:

«партнерство кредитной организации с иными лицами, обеспечивающее постоянное взаимодействие в информационном пространстве в целях повышения эффективности хозяйственной деятельности»¹⁰. На наш взгляд, данное определение нуждается в уточнении. В настоящее время почти все крупнейшие цифровые экосистемы создали собственные банки. Например, в рамках экосистем «Яндекса», «Озона» или МТС существуют АО «Яндекс.Банк», ПАО «МТС-Банк», ООО «ОЗОН Банк» соответственно¹¹, хотя это не профильное для них направление деятельности. И вряд ли экосистемы указанных групп компаний стоит считать банковскими. По нашему мнению, именно банк должен выступать инициатором и создателем экосистемы — тогда ее можно считать банковской.

Показательно, что закон также проводит разделение между объединениями юридических лиц, в которых кредитная организация имеет главенствующую роль (такие объединения именуются банковскими группами), и объединениями, в которых кредитная организация находится под контролем юридического лица, не относящегося к кредитными организациям (банковский холдинг)¹².

К развитию банками иных видов деятельности с помощью развития цифровых экосистем ученые нередко относятся отрицательно, указывая, что «создание кредитными организациями других юридических лиц, основной деятельностью которых должна являться запрещенная для самих банков торговая, страховая и производственная деятельность, следует квалифици-

⁷ URL: <https://docs.ozon.ru/common/?country=RU> (дата обращения: 08.02.2023).

⁸ URL: <https://yandex.ru/company/entities> (дата обращения: 09.03.2023).

⁹ URL: <https://ir.yandex.ru/key-businesses> (дата обращения: 08.02.2023).

¹⁰ Узденов Ш. Ш. Понятие «банковская экосистема» // Банковское право. 2022. № 3. С. 46–54.

¹¹ Список кредитных организаций, зарегистрированных на территории Российской Федерации по состоянию на 07.03.2023 // URL: https://cbr.ru/banking_sector/credit/FullCoList/ (дата обращения: 09.03.2023).

¹² Ст. 4 Федерального закона от 02.12.1990 № 395-1 «О банках и банковской деятельности» // СЗ РФ. 1996. № 6. Ст. 492.

Отметим, что для признания объединения юридических лиц банковским холдингом необходимо, чтобы доля банковской деятельности в деятельности банковского холдинга составляла не менее 40 %.

ровать как разновидность недобросовестного поведения в форме обхода закона»¹³.

Тем не менее совмещение в рамках одной экосистемы банковской и других видов деятельности — это косвенно допускаемая законом реальность. Несмотря на то что абзац 6 ст. 5 Федерального закона от 02.12.1990 № 395-1 «О банках и банковской деятельности» однозначно запрещает кредитной организации заниматься производственной, торговой и страховой деятельностью, упомянутая ранее возможность создания банковских групп и банковских холдингов практически нивелирует данный запрет.

Например, в экосистему «Сбера» входит 49 компаний¹⁴. Данная экосистема включает в себя около 22 направлений, в том числе: сервисы по доставке продуктов и готовой еды, развлечения, такси, здоровье, учеба, умная среда, облачный провайдер, логистический оператор, страхование, платежный сервис и т.д.¹⁵ Нетрудно заметить, что, как правило, названия всех этих сфер характеризуются общей частью наименования, которая подчеркивает принадлежность сервиса экосистеме («СберМаркет», «Сберзвук», «Сбер ЕАПТЕКА», «Сберкласс», «СберАвто», «СберДиск», «Сберлогистика», «СберСтрахование» и т.д.). То есть очевидно, что экосистема формируется под единым брендом.

То же самое касается экосистемы «Тинькофф», в рамках которой, помимо банковского направления, также реализуются несколько проектов: «Тинькофф Бизнес», «Тинькофф Инвестиции», «Тинькофф Junior», «Тинькофф Путешествия», «Тинькофф Страхование», «Тинькофф Мобайл», «Тинькофф Журнал», «Тинькофф Образование»¹⁶.

В то же время некоторые цифровые платформы иногда ошибочно относят к цифровым экосистемам¹⁷. На наш взгляд, маркетплейс Wildberries экосистемой не является, поскольку он предлагает лишь монопродукт (реализация товаров партнеров) и не обладает разветвленной системой построения бизнеса из-за отсутствия в этом необходимости¹⁸. Следует отметить, что Wildberries начал развивать проект «Цифровые товары», где можно купить и скачать электронные книги и аудиокниги, полезные видеокурсы, сборники кулинарных рецептов, чек-листы, подписки на видеоигры, онлайн-кинотеатры и музыкальные стриминговые сервисы, подарочные сертификаты, но, в сущности, это направление может быть отнесено к посредничеству при продаже товаров либо оказании услуг¹⁹.

С точки зрения вышеустановленных признаков к цифровым экосистемам нельзя отнести и «Авито» (ООО «КЕХ еКоммерц») — электронный каталог объявлений на одной цифровой платформе. Реклама и доставка, предлагаемые данным сервисом, являются сопутствующими услугами, связанными с основной деятельностью.

К цифровой экосистеме (причем к самой крупной в России) с определенной долей условности можно отнести и федеральную государственную информационную систему «Единый портал государственных и муниципальных услуг (функций)» (далее — портал Госуслуг). Он объединяет множество пользователей (как граждан, так и юридических лиц), ведомств и организаций, предоставляющих государственные и муниципальные услуги, и функционирует в цифровой среде. В отличие от рассмотренных ранее цифровых экосистем, портал Госуслуг стро-

¹³ Михеева И. Е. Недобросовестные практики в деятельности банковских экосистем // Актуальные проблемы российского права. 2022. Т. 17. № 7 (140). С. 63.

¹⁴ URL: <http://www.sberbank.ru/help/business/ecosystem> (дата обращения: 13.03.2023).

¹⁵ URL: <https://spec.tass.ru/sber180/ekosistema-sbera> (дата обращения: 08.02.2023).

¹⁶ URL: <https://www.tinkoff.ru/about/> (дата обращения: 08.02.2023).

¹⁷ Например, «Авито» и Wildberries относятся к экосистемам в ранее упомянутых отчетах Института экономической политики имени Е.Т. Гайдара и АНО «Цифровая экономика».

¹⁸ Деятельность маркетплейса осуществляется обществом с ограниченной ответственностью «Вайлдберриз», созданным в 2006 г., где учредителями выступают два физических лица.

¹⁹ URL: <https://digital.wildberries.ru> (дата обращения: 08.02.2023).

ится не на договорных началах с пользователями, а на участии граждан и юридических лиц в административных процедурах по получению государственных и муниципальных услуг. Следовательно, в существовании портала Госуслуг отсутствуют собственно коммерческие начала. Необходимо отметить, что в настоящее время в порядке эксперимента проводится интеграция портала с коммерческими сервисами²⁰, но говорить о том, что существуют предпосылки к приобретению данным сервисом коммерческой направленности, крайне преждевременно.

Исходя из изложенного, целесообразно выделять не только бизнес-экосистемы, но и иные экосистемы, существование которых обусловлено не целью извлечения прибыли, а другими целями (получение государственных и муниципальных услуг, образовательные, социально-культурные цели и др.).

Таким образом, проведенный анализ показывает, что в России сейчас не так много холдингов, которые могут быть охарактеризованы как цифровые экосистемы. Перед нами не стояла задача исследовать каждый из российских цифровых сервисов на предмет их отнесения к цифровым экосистемам. Нами исследованы наиболее известные экосистемы и платформы, с учетом того, что критерия по численности пользователей либо партнеров для экосистем пока не установлено²¹.

Полагаем, что выводы, сформулированные в отношении многокомпонентного характера цифровой экосистемы, равно как и выявленные особенности цифровых экосистем, должны учитываться при определении содержания будущего законодательного регулирования цифровых экосистем, которое находится в стадии своего становления.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Михеева И. Е. Недобросовестные практики в деятельности банковских экосистем // Актуальные проблемы российского права. — 2022. — Т. 17. — № 7 (140). — С. 59–70.
2. Сизимова О. Б., Бурова А. Ю. О принципах построения правового механизма цифрового профилирования граждан // Вестник Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА). — 2023. — № 1. — С. 139–150.
3. Узденов Ш. Ш. Понятие «банковская экосистема» // Банковское право. — 2022. — № 3. — С. 46–54.

Материал поступил в редакцию 5 апреля 2023 г.

REFERENCES (TRANSLITERATION)

1. Mikheeva I. E. Nedobrosovestnye praktiki v deyatel'nosti bankovskikh ekosistem // Aktual'nye problemy rossijskogo prava. — 2022. — T. 17. — № 7 (140). — S. 59–70.
2. Sizimova O. B., Burova A. Yu. O printsipakh postroeniya pravovogo mekhanizma tsifrovogo profilirovaniya grazhdan // Vestnik Universiteta imeni O.E. Kutafina (MGYuA). — 2023. — № 1. — S. 139–150.
3. Uzdenov Sh. Sh. Ponyatie «bankovskaya ekosistema» // Bankovskoe pravo. — 2022. — № 3. — S. 46–54.

²⁰ Подробнее об этом см.: Сизимова О. Б., Бурова А. Ю. О принципах построения правового механизма цифрового профилирования граждан // Вестник Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА). 2023. № 1. С. 142–146.

²¹ Несмотря на предложения установить подобные критерии, на наш взгляд, они не могут быть определяющими при отнесении бизнеса к экосистеме. Возможно, данный критерий будет полезен для градации экосистем на крупные и мелкие и для последующей дифференциации правового регулирования, в том числе с точки зрения антимонопольного законодательства, что уже частично реализовано в настоящее время.