

безопасности: материалы II Всерос. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 31 мая 2019 г.). — Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2019. — С. 196–201.

2. *Turpin J. B.* Bitcoin: the economic case for a global? Virtual currency operating in an unexplored legal framework // *Indiana journal of global legal studies.* — 2014. — Vol. 21, iss. 1. — P. 335–368.

**В. Г. Истокин**

*Институт философии и права*

*Уральского отделения Российской академии наук, г. Екатеринбург*

## **Основные направления развития зарубежного антимонопольного законодательства в условиях цифровизации экономических отношений**

**Аннотация.** В статье рассматривается специфика отношений конкуренции на современных цифровых рынках, характеризуются цифровые платформы как важные элементы складывающихся в настоящее время экономических и социальных связей. Указываются некоторые тенденции антимонопольного регулирования деятельности крупных цифровых компаний в Европейском союзе.

**Ключевые слова:** антимонопольное регулирование; доминирующее положение; цифровая платформа; ограничение конкуренции; компания-«привратник».

В настоящее время социальная и экономическая жизнь общества все более становится подверженной воздействию цифровых технологий, формирующиеся в государствах хозяйственные связи между субъектами в значительной степени приобретают цифровую форму. При этом на современных цифровых рынках также возникают отношения конкуренции, а крупные компании, используя высокотехнологичные разработки, экономическую мощь и сетевые эффекты, стараются усилить свою рыночную власть. Появляются так называемые цифровые или онлайн-платформы. В частности, широко известны цифровые платформы, действующие в качестве торговых площадок (Amazon, AliExpress), социальных сетей (WhatsApp, Snapchat), поисково-информационных сервисов (Google, Yandex), платежно-расчетных систем (PayPal). Кроме того, за последние годы многие крупные компании, занимающиеся разработкой программного обеспечения и операционных систем (Apple, Google-Alphabet и др.), стали создавать собственные онлайн-платформы, которые

осуществляют торговлю либо оказание услуг. Как отмечает европейская Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), высокие доходы и впечатляющий рост стоимости компаний, обеспечивающих работу интернет-платформ, можно объяснить, в том числе, тем, что многие из этих платформ имеют в основном цифровые продукты и могут «масштабироваться без массы». Кроме того, в отличие от традиционных фирм, ценность платформ зависит не только от продаж и рентабельности, но может существенно зависеть от их оценки со стороны пользователей платформ (частных лиц или организаций) и данных, полученных от этих пользователей [3, р. 206–207]. В связи с этим современные рынки нуждаются в иных критериях определения доминирующего положения компании, среди которых могут выступать количество пользователей, большие пользовательские данные, сетевые эффекты, высокие барьеры входа на рынок, обладание результатами интеллектуальной деятельности и ряд других показателей. Вместе с тем эти критерии еще находятся в стадии формирования и обсуждения. Так, некоторыми цифровыми компаниями в свое время был предложен такой критерий определения доминирующего положения, как количество времени, проведенного пользователем в Интернете на той или иной платформе. Однако данное предложение не встретило поддержки у законодателя и правоприменителя.

Также возникают проблемы определения границ того или иного цифрового рынка, установления вида соответствующего товара (работы или услуги) и взаимозаменяемых с ним товаров (работ, услуг). Например, при проведении подкомитетом по антимонопольному, коммерческому и административному праву Палаты представителей Конгресса США расследования деятельности крупных цифровых компаний (Google, Amazon, Apple, Microsoft) и их влияния на состояние конкуренции<sup>1</sup> возник вопрос о возможности признания в качестве единого рынка, с одной стороны, сферы деятельности социальных сетей и, с другой, видеохостингов. Однако по итогам разбирательства был сделан вывод, что данные платформы выполняют раз-

---

<sup>1</sup> *Investigation of competition in digital markets: majority staff report and recommendation: Subcommittee on antitrust, commercial and administrative law of the Committee on the judiciary.* — URL: [https://fm.cnbc.com/applications/cnbc.com/resources/editorialfiles/2020/10/06/investigation\\_of\\_competition\\_in\\_digital\\_markets\\_majority\\_staff\\_report\\_and\\_recommendations.pdf](https://fm.cnbc.com/applications/cnbc.com/resources/editorialfiles/2020/10/06/investigation_of_competition_in_digital_markets_majority_staff_report_and_recommendations.pdf) (дата обращения 10.03.2022).

личные функции: социальные сети предназначены для обмена быстрыми сообщениями по различным вопросам социально-экономического либо культурно-бытового характера, а видеохостинги выполняют роль платформ, на которые пользователи выходят с целью просмотра обучающего либо развлекательного контента. Указанное исследование в целом показало, что доминирующие платформы неправомерно собирали и накапливали данные о своих клиентах и контрагентах для их использования в дальнейшей работе. Например, в ходе расследования были получены документы, свидетельствующие о том, что Google использовал операционную систему Android в том числе для того, чтобы внимательно отслеживать тенденции развития и модели роста приложений, разработанных другими компаниями — субъектами определенного рынка. Кроме того, доминирующие платформы используют свое влияние на определенном рынке как способ воздействия в переговорах по несвязанному направлению бизнеса. В частности, представленные в ходе расследования доказательства показали, что платформа Amazon усилила свое доминирование в онлайн-торговле, поскольку оказывала давление во время переговоров с компаниями, работающими в соответствующих сферах бизнеса. Участники рынка, зависящие от данной компании, фактически были вынуждены соглашаться с ее требованиями. Наконец, доминирующие платформы имеют возможность связать свои продукты и услуги таким образом, чтобы можно было изолировать платформу от конкуренции. Google, например, требовал, чтобы производители смартфонов, стремящиеся использовать Android, также предварительно устанавливали и присваивали статус по умолчанию определенным приложениям Google, что позволяло компании сохранять свою монополию на поиск и вытеснять возможных конкурентов в этой сфере. Анализ динамики современных рынков позволил сделать вывод, что основной причиной развития монополии в цифровом рыночном пространстве является стремительное формирование товаров и рынков, при этом монополии и высокая степень концентрации капиталов — это то состояние, которое присуще современной цифровой экономике [1].

В указанных обстоятельствах различные государства столкнулись с необходимостью разработки норм, регулирующих рыночное поведение цифровых агрегаторов с целью воспрепятствования им ограничивать конкуренцию и осуществлять монополистическую де-

тельность. В декабре 2020 г. Еврокомиссией был разработан законопроект, касающийся антимонопольного регулирования деятельности крупных цифровых компаний, получивший название Закон о цифровых рынках (Digital Markets Act)<sup>1</sup>, отдельные положения которого могут представлять интерес и для российского конкурентного права. В нем отмечается важность регулирования работы цифровых платформ, необходимость защиты интересов потребителей от возможных злоупотреблений со стороны цифровых компаний.

Законопроект вводит в оборот понятие «привратник» и предлагает дополнить антимонопольное регулирование набором требований к цифровым компаниям, которые получают статус «привратников». Компания получает такой статус, если она имеет сильную экономическую позицию, значительное влияние на внутренний рынок и активна во многих странах ЕС; находится в позиции посредника, так как связывает большую базу пользователей с большим количеством предприятий; обладает (или в скором времени будет обладать) прочным положением на рынке, обеспечивающим ей экономическую стабильность [2, с. 58]. Конкретные критерии, при наличии которых предполагается, что хозяйствующий субъект обладает подобными качествами и является компанией-«привратником», указаны в ст. 3 законопроекта. Они следующие:

а) годовой доход компании в пределах территории Европейской экономической зоны составляет свыше 6,5 млрд евро в течение последних трех лет или средняя рыночная капитализация либо эквивалентная справедливая рыночная стоимость компании составляет не менее 65 млрд евро в течение последнего финансового года;

б) осуществление деятельности по меньшей мере в трех государствах — членах ЕС;

в) наличие не менее 45 млн пользователей — физических лиц в Евросоюзе в месяц и не менее 10 000 компаний — пользователей, зарегистрированных на территории ЕС, ежегодно.

Организация, удовлетворяющая указанным условиям, обязана сама уведомить Еврокомиссию о том, что она соответствует поро-

---

<sup>1</sup> *Proposal* for a regulation of the European parliament and of the Council on contestable and fair markets in the digital sector (Digital Markets Act). — URL: [https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/proposal-regulation-single-market-digital-services-digital-services-act\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/proposal-regulation-single-market-digital-services-digital-services-act_en.pdf) (дата обращения: 10.03.2022).

вым значениям, установленным для привратника. Ограничения, налагаемые на такие компании, указаны в ст. 5 и 6 законопроекта. Многие из них основаны на реальных делах, которые были рассмотрены Еврокомиссией в отношении различных хозяйствующих субъектов. Так, согласно ст. 5 привратник, в частности, должен воздерживаться от объединения персональных данных пользователей, полученных в результате функционирования его основной информационной платформы с данными, полученными из любых других его сервисов; не препятствовать коммерческим структурам-пользователям предлагать те же продукты или услуги через других цифровых посредников по ценам или на условиях, отличных от тех, которые указаны ими в онлайн-сервисах привратника; не запрещать коммерческим структурам-пользователям переадресовывать иным субъектам предложения, полученные в результате доступа к базовому сервису привратника и заключать контракты с этими конечными пользователями независимо от того — используют они основной сервис привратника или нет; воздерживаться от требования к пользователям давать согласие на какие-либо другие услуги базовой платформы в качестве условия доступа или регистрации на ней. Статья 6 законопроекта предлагает возложить на привратника ряд дополнительных обязанностей с целью не допустить с его стороны ограничений конкуренции. Речь идет о предоставлении пользователям возможности удалять любые предустановленные программные приложения в рамках информационной платформы привратника без ущерба для ее функционирования, разрешении установки и использования сторонних программных приложений, обеспечении недискриминационного доступа пользователей к предложениям о товарах и услугах конкурентов привратника на его информационных сервисах и о ряде других требований.

Таким образом, изучение функционирования цифровых компаний, обеспечивающих работу Интернет-платформ, позволяет сделать вывод, что подобные компании, выступая сильной стороной во взаимоотношениях с контрагентами и потребителями, могут злоупотреблять своим положением при определении условий доступа к своей цифровой платформе, использовании принадлежащих им интеллектуальных прав либо при работе с персональными данными пользователей. Все это требует от антимонопольных органов различных стран постоянного изучения специфики современных рын-

ков и совершенствования методов противодействия ограничениям конкуренции со стороны цифровых компаний.

### Библиографический список

1. Касымов Р. Ш. Контроль монополизации в условиях цифровой экономики // Конкурентное право. — 2019. — № 4. — С. 27–30.
2. Шрам Д. В. Антимонопольное регулирование деятельности IT-гигантов: основные тенденции зарубежного и российского законодательства // Пролог: журнал о праве. — 2021. — № 1 (29). — С. 54–65.
3. OECD digital economy outlook 2017. — Paris: OECD Publishing, 2017. — 324 p.

**О. А. Кожевников**

*Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург*

## **Укрупнение муниципальных образований как одна из угроз экономическим основам местного самоуправления**

**Аннотация.** Европейская хартия местного самоуправления провозглашает право и способность органов местного самоуправления осуществлять публичные дела в пределах территории муниципального образования. Аналогичные гарантии предоставляет Конституция РФ, которая определяет, что именно местное самоуправление в Российской Федерации обеспечивает самостоятельное решение населением вопросов местного значения, в том числе и путем реализации права собственника в отношении муниципальной собственности. В настоящее время идет обсуждение четвертой за последние 30 лет реформы местного самоуправления. Одной из новелл данной реформы являются очередные значительные изменения территориальной основы осуществления местного самоуправления и ликвидация поселенческого уровня его осуществления. Автор статьи полагает, что подобные изменения территориальной основы осуществления местного самоуправления требуют «ювелирной» работы законодателя, построенной на глубоком экономическом, финансовом и правовом анализе, и учета уже сложившейся в России практики функционирования данного уровня публичной власти.

**Ключевые слова:** Конституция РФ; местное самоуправление; муниципальное образование; экономические основы; публичная власть.

За период новейшей российской истории государственности ни один уровень власти не претерпевал такого количества революционных изменений как местное самоуправление. В конце прошлого года с внесением в Государственную Думу РФ проект федерального закона № 40361-8 «Об общих принципах организации местного самоуправ-