

УДК 339.97

## РЕГУЛИРОВАНИЕ ЦИФРОВОГО РЫНКА ЕС НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

© 2024 РЕВЕНКО Лилия Сергеевна

*Доктор экономических наук, профессор*

*МГИМО МИД России*

*119454, Россия, Москва, проспект Вернадского, 76*

*E-mail: l.revenko@inno.mgimo.ru*

© 2024 РЕВЕНКО Николай Сергеевич

*Кандидат политических наук*

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации*

*125167, Россия, Москва, Ленинградский проспект, 49*

*E-mail: reni100@yandex.ru*

Поступила в редакцию 06.10.2023

Принята к публикации 13.03.2024

**Аннотация.** В статье проведен анализ изменения регулирования цифровой сферы ЕС через призму недавно принятых законов о цифровых рынках и цифровых услугах. Цели этих документов – обуздание крупных цифровых платформ и поисковых систем, которые, заняв доминирующее положение на рынке, стали злоупотреблять своим положением, и повышение уровня подотчетности онлайн-платформ и посредников. Приведены примеры вызывающих озабоченность действий таких компаний. Положения первого документа применяются к так называемым гейткиперам, к которым отнесены поставщики услуг, ставшие шлюзами между бизнесом и конечными пользователями и по этой причине оказывающие существенное влияние на внутренний рынок ЕС. Второй документ относится к поставщикам посреднических услуг по передаче информации, кэшированию и хостингу. В отдельную группу выделены особо крупные онлайн-платформы и поисковые системы. Установлены количественные пороговые значения для компаний, подпадающих под действие законов. Документы содержат перечни действий, которые такие компании либо обязаны, либо не должны совершать. Одни эксперты поддерживают законы и полагают, что они позволят решить проблемы, с которыми сталкиваются представители бизнеса и рядовые пользователи. Другие считают, что в них нет необходимости, и что взамен нужно совершенствовать

существующую правовую базу. Критике подвергаются также отдельные положения законов, например, что законы соответствуют текущей рыночной реальности, но их применение меняет условия конкуренции.

**Ключевые слова:** Европейский союз, цифровые рынки, цифровые услуги, цифровые платформы, поисковые системы, гейткиперы, незаконный контент

**DOI:** 10.31857/S0201708324020086

Регулирование цифрового рынка ЕС началось с принятия Стратегии единого цифрового рынка для Европы<sup>1</sup> в 2015 г. В последующие годы оно получило существенное развитие и претерпевало изменения. Одно из последних – принятие Европейским парламентом и Советом ЕС двух регламентов, которые ввели в действие закон о цифровых рынках<sup>2</sup> и закон о цифровых услугах<sup>3</sup>. Появление этих документов связано с небольшим количеством крупных цифровых платформ, которые посредством созданных ими экосистем выступают в качестве шлюзов между представителями бизнеса и конечными пользователями и занимают доминирующее положение на рынке. Эти платформы стали «узкими горлышками для электронной торговли, злоупотребляя своей властью для дискриминации сторонних предприятий» [Guggenberger, 2021a: 253].

Основные методы злоупотребления платформ своим положением – связывание (например, предоставление производителям аппаратных устройств прав на использование операционной системы при условии предустановки на них конкретного браузера), запрет на установление продавцами более низких цен и более выгодных условий на других платформах, эксклюзивный доступ к данным пользователей, техническое недопущение совместимости своих сервисов с другими платформами, установление на платформе более выгодных условий для собственных продуктов, навязывание определенного платежного сервиса. Например, «Гугл» (*Google*), доминирующий на рынке поисковых систем, отображал в верхних позициях поиска сервис сравнения цен на товары «Гугл Покупки» (*Google Shopping*), что ставило в невыгодное положение конкурентов [Арутюнян, Бербенева, 2022: 83]. С такой же

---

<sup>1</sup> A Digital Single Market Strategy for Europe: Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. Brussels, the European Commission, 06.05.2015, COM(2015) 192 final. URL: <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-8672-2015-INIT/en/pdf> (дата обращения: 15.09.2023).

<sup>2</sup> Regulation (EU) 2022/1925 of the European Parliament and of the Council of 14 September 2022 on contestable and fair markets in the digital sector and amending directives (EU) 2019/1937 and (EU) 2020/1828 (Digital Markets Act). URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32022R1925> (дата обращения: 18.09.2023).

<sup>3</sup> Regulation (EU) 2022/2065 of the European Parliament and of the Council of 19 October 2022 on a single market for digital services and amending Directive 2000/31/EC (Digital Services Act). URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32022R2065> (дата обращения: 18.09.2023).

ситуацией сталкиваются разработчики приложений для операционной системы «Эпл айос» (*Apple iOS*), распространяемых через платформы «Эп стор» (*App Store*) [Guggenberger, 2021b: 325]. «Майкрософт» (*Microsoft*) объединил облачный сервис «ВанДрайв» (*OneDrive*) с другими продуктами компании, а «Эпл» и «Гугл» использовали настройки по умолчанию для своих собственных почтовых приложений на смартфонах с операционными системами «Айос» и «Андроид» (*Android*) и требовали, чтобы продукты в магазинах приложений оплачивались только через их платежные сервисы [Kim, 2021: 121].

К деятельности крупных цифровых платформ предъявляют такие претензии, как продажа запрещенных, небезопасных и контрафактных товаров, мошенничество, распространение незаконного контента, предоставление незаконных услуг. Например, 80% из выявленных таможенными органами стран ЕС в 2016 г. импортных контрафактных товаров – небольшие посылки, предположительно заказанные на онлайн-платформах. О серьезности проблемы незаконного контента свидетельствует тот факт, что в апреле-июле 2020 г. «Фейсбук» (*Facebook*)<sup>\*</sup> принял меры против 22,5 млн фрагментов, квалифицируемых как разжигание ненависти, в то время как за этот же период 2019 г. – против 4,4 млн фрагментов<sup>1</sup>.

ЕС ранее уже принимал меры для установления справедливых правил конкуренции и борьбы с незаконным использованием Интернета. В соответствии со статьей 102 Договора о функционировании ЕС является «несовместимым с внутренним рынком... злоупотребление со стороны одного или нескольких предприятий доминирующим положением на внутреннем рынке или на существенной части такового»<sup>2</sup>. В Общем регламенте о защите данных 2016/679 от 27.04.2016 установлены требования к защите персональных данных при их обработке и переносе<sup>3</sup>. Согласно Регламенту 2019/1150 от 20.06.2019 о содействии справедливости и прозрачности для бизнес-пользователей услуг онлайн-посредников, на поисковые системы, магазины при-

---

\* Компания «Мета» (*Meta*) (социальные сети Facebook и Instagram) признана экстремистской организацией и запрещена в РФ.

<sup>1</sup> Commission staff working document. Impact assessment accompanying the document proposal for a regulation of the European Parliament and of the Council on a Single market for digital services (Digital Services Act) and amending directive 2000/31/EC. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52020SC0348> (дата обращения: 20.09.2023).

<sup>2</sup> Consolidated version of the Treaty of the Functioning of the European Union. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:12012E/TXT> (дата обращения: 25.09.2023).

<sup>3</sup> Regulation (EU) 2016/679 of the European Parliament and of the Council of 27 April 2016 on the protection of natural persons with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data, and repealing Directive 95/46/EC (General Data Protection Regulation). URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016R0679&qid=1695118163478> (дата обращения: 26.09.2023).

ложений и онлайн-сервисы социальных сетей возложена обязанность по взаимодействию с лицами, предлагающими товары и услуги через онлайн-сервисы<sup>1</sup>.

Однако Европейская комиссия (ЕК) пришла к выводу, что существующие законодательные акты не могут эффективно противодействовать недобросовестной практике платформ ввиду *ex-post* действия, т. е. после возникновения проблемы. В отличие от них законы о цифровых рынках и цифровых услугах являются *ex-ante* (до события), поскольку с их помощью осуществляется предварительный контроль за поведением крупных платформ [Andrés, 2022].

Вопросы цифровизации экономики Евросоюза достаточно глубоко проработаны российскими исследователями. Политика цифровизации ЕС проанализирована В.С. Циренщиковым [Циренщиков, 2019], В.Б. Беловым [Белов, 2023], А.В. Фроловым и М.В. Лысунец [Фролов, Лысунец, 2022], основы аграрной цифровизации – Н.Б. Кондратьевой [Кондратьева, 2021], особенности цифровизации обрабатывающей промышленности стран ЕС – С.А. Толкачевым, И.Д. Удаловым и С.А. Темукуевым [Толкачев и др., 2022]. В то же время законы о цифровых рынках и цифровых услугах – новая тема, которая на момент подготовки данного исследования нашла частичное отражение в статье А.А. Арутюнян и А.Д. Бербенева [Арутюнян, Бербенева, 2022]. Цель исследования – проанализировать эти законы на предмет их влияния на цифровой рынок Евросоюза.

### ***Изменения в регулировании цифровых рынков***

Основные цели закона о цифровых рынках состоят в том, чтобы обуздать власть небольшого числа цифровых платформ, «гарантировать “конкурентность” рынков в цифровом секторе и обеспечить “справедливость” в коммерческих отношениях между крупными платформами и бизнес-пользователями и, конечно же, потребителями» [Díez Estella, 2023]. Его действие распространяется на так называемых гейткиперов (*gatekeepers*), которых в разных странах-членах ЕС именуются контролерами доступа и привратниками. Под ними понимают поставщиков услуг, оказывающих существенное влияние на внутренний рынок ЕС, т. к. они управляют платформами, которые выступают важным шлюзом между бизнесом и конечными пользователями. К таким платформам относятся онлайн-маркетплейсы, магазины приложений и другие онлайн-посреднические сервисы; онлайн-поисковые системы; социальные сети; сервисы обмена видеофайлами; независимые от номера службы межличностной связи<sup>2</sup>; операционные системы;

---

<sup>1</sup> Regulation (EU) 2019/1150 of the European Parliament and of the Council of 20 June 2019 on promoting fairness and transparency for business users of online intermediation services. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32019R1150> (дата обращения: 24.09.2023).

<sup>2</sup> Службы, которые не подключаются к номеру или номерам в национальных или международных планах нумерации или не обеспечивают связь с номером или номерами в национальных или международных планах нумерации.

веб-браузеры; виртуальные помощники; сервисы облачных вычислений и услуги онлайн-рекламы.

При составлении этого списка эксперты исходили из того, что онлайн-посредники извлекают выгоду благодаря возможности анализа данных о товарах, реализованных сделках и клиентах, а также уделяют первостепенное внимание своим продуктам, что сокращает возможность выбора других производителей. Платформы запрещают удаление предустановленных приложений, продвигают прежде всего собственную продукцию, не всегда предоставляют сторонним разработчикам информацию о покупателях, навязывают несправедливые условия распространения приложений. Онлайн-поисковые системы продвигают вертикально интегрированные услуги посредством их размещения в верхней части страницы результатов поиска и извлекают выгоду из анализа информации о запросах пользователей. Владельцы социальных сетей обуславливают их использование возможностью сбора персональных данных пользователей и исключают распространение услуг конкурентов.

Платформы обмена видео ограничивают доступ конкурентов к своим базам файлов и данным об использовании их видеоконтента. Поставщики услуг обмена сообщениями создают профили клиентов посредством дополнения имеющейся информации о них с данными, полученными из других источников. Производители операционных систем обязывают пользователей зарегистрироваться на их сайте, навязывают им дополнительные программы и услуги, включая использование поисковых систем и не разрешая их удаление, ограничивают совместимость своей операционной системы с услугами бизнес-пользователей.

Поставщики облачных услуг препятствуют взаимодействию и перенесению данных, копируют и используют программы, разработанные и используемые другими поставщиками облачных услуг. Поставщики рекламных услуг собирают информацию о пользователях и партнерских службах для таргетирования рекламы, препятствуют получению рекламодателями информации об интересе пользователей, продвигают собственную продукцию.

Количественные пороговые значения для включения компании в список гейткippers установлены на уровне от 7,5 млрд евро годового оборота, 75 млрд евро рыночной капитализации, 45 млн активных конечных пользователей ежемесячно, 10 тыс. бизнес-пользователей в год и предоставления услуг по крайней мере в трех странах ЕС. Компания, которая достигла пороговых значений, обязана в течение двух месяцев уведомить об этом ЕК.

Закон прописывает обязанности гейткippers, например: разрешать загружать сторонние приложения и магазины приложений, использующие операционные системы гейткippers, их установку по умолчанию и удаление; предоставлять недискриминационные условия доступа к своим магазинам приложений, поисковым системам и социальным сетям; позволять бизнес-пользователям осуществлять перенос данных, сгенерированных в основных сервисах платформы, при условии соблюдения требований регламента о защите данных 2016 г. Гейткippers также обязаны разрешать пользователям рекламировать продукцию и заключать контракты с клиентами вне платформы; предоставлять рекламодателям информацию, необхо-

димую для проведения анализа эффективности рекламы, а также об уплаченной за показ объявления сумме; передавать пользователям в режиме реального времени доступ к данным об их деятельности; обеспечивать коммерческим пользователям справедливые и недискриминационные условия при использовании своих торговых онлайн-платформ. Службы обмена мгновенными сообщениями обязаны обеспечить интероперабельность их основных функциональных возможностей с другими аналогичными службами.

Гейткиперы не должны без согласия конечного пользователя агрегировать его персональные данные, собранные посредством нескольких сервисов платформы; принудительно регистрировать конечных пользователей; использовать данные, предоставленные бизнес-пользователями основных сервисов платформы, для конкуренции с ними; предоставлять преференции собственным продуктам и услугам; делать зависимым использование какой-либо базовой платформы от использования другой службы этой платформы.

Компании, признанные гейткиперами, также не могут запрещать пользователям удалять предустановленные программы и приложения и получать доступ к сервисам вне платформы; устанавливать более благоприятные условия при ранжировании своих собственных услуг и продуктов по сравнению с аналогичными услугами или продуктами сторонних бизнес-пользователей; запрещать коммерческим пользователям предлагать свою продукцию и услуги на сторонних платформах на других условиях и по другим ценам; использовать собранную на платформе информацию для конкурентной борьбы с коммерческими пользователями; ограничивать бизнес-пользователей в продвижении и заключении контрактов с клиентами за пределами платформы гейткипера, контакт с которыми установлен на этой платформе; препятствовать доступу потребителей к услугам, которые были приобретены за пределами платформы.

Кроме того, гейткиперам запрещено технически ограничивать возможности конечных пользователей переключаться между различными программными приложениями; требовать от бизнес-пользователей или их клиентов подписку или регистрацию в основной службе платформы в качестве условия для доступа или регистрации в любой основной услуге платформы; требовать использовать разработчиками приложений исключительно платежные сервисы гейткипера; препятствовать бизнес-пользователям обращаться к государственным органам с вопросами о поведении гейткипера<sup>1</sup>.

В случае невыполнения требований ЕК вправе наложить на гейткипера штраф в размере до 10% от общего оборота компании за предыдущий финансовый год, а при повторном нарушении – до 20%. В случае систематических нарушений она имеет право ввести дополнительные санкции, например обязать гейткипера продать бизнес полностью или частично.

---

<sup>1</sup> Regulation (EU) 2022/1925 of the European Parliament and of the Council of 14 September 2022 on contestable and fair markets in the digital sector and amending directives (EU) 2019/1937 and (EU) 2020/1828 (Digital Markets Act). URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32022R1925> (дата обращения: 18.09.2023).

Осенью 2023 г. ЕК опубликовала список гейткиперов, в который вошли 6 компаний: «Альфавет» (*Alphabet*), «Амазон» (*Amazon*), «Эпл», «Мета»\* и «Майкрософт» (*Microsoft*) и «БайтДэнс» (*ByteDance*). Они контролируют работу 22 основных сервисов, отвечающих установленным критериям: «Амазон маркетплейс» (*Amazon Marketplace*), «Гугл Карты» (*Google Maps*), «Гугл Покупки», «Гугл плей» (*Google Play*), «Мета маркетплейс» (*Meta Marketplace*)\*, «Эп стор» осуществляют посреднические услуги; «Вотсап», Фейсбук мессенджер (*Facebook Messenger*)\* – службы межличностной связи; «ТикТок» (*TikTok*), «Фейсбук» (*Facebook*)\*, «Инстаграм» (*Instagram*)\*, «Линкедин» *LinkedIn* – социальные сети; «Ютьюб» (*YouTube*) – платформа обмена видеофайлами; «Хром» (*Chrome*), «Сафари» (*Safari*) – поисковые системы; «Виндоус» (*Windows*), «Айос» и «Андроид» – операционные системы; «Гугл Реклама» (*Google Ads*), «Амазон эдс» (*Amazon Ads*), «Мета эдс» (*Meta Ads*)\* – сервисы рекламы; «Гугл Поиск» (*Google Search*) – инструмент по сбору данных об эффективности поиска сайтов<sup>1</sup>.

ЕК также приступила к изучению обращения «Эпл» и «Майкрософт», утверждающих, что их платформы «Бинг» (*Bing*), «Эдж» (*Edge*), «Майкрософт адвертайзинг» (*Microsoft Advertising*) и «Аймесседж» (*iMessage*) не являются шлюзами, несмотря на то что они формально соответствуют пороговым значениям. В то же время Еврокомиссия решила не считать «Джимейл» (*Gmail*), «Аутлук» и «Самсунг интернет браузер» (*Samsung Internet Browser*) основными сервисами платформ, несмотря на то что они формально подпадают под действие закона. «Альфавет», «Майкрософт» и «Самсунг» смогли доказать, что сервисы не являются шлюзами для соответствующих служб базовой платформы<sup>2</sup>. Тем самым ЕК продемонстрировала намерение проявлять гибкий подход к включению платформ в список гейткиперов.

### **Закон о цифровых услугах**

Цель закона о цифровых услугах – повышение уровня подотчетности онлайн-платформ и посредников через повышение прозрачности их деятельности и введение требований ответственности за размещение контента третьих лиц. Характер незаконного контента не определен, но должен охватывать «информацию, относящуюся к незаконному контенту, продуктам, услугам и деятельности» [Chiarella, 2023: 43–44].

Закон применяется к поставщикам посреднических услуг в виде передачи информации, кэширования и хостинга. Под передачей информации понимается ее пе-

---

\* Компания «Мета» (социальные сети Facebook и Instagram) признана экстремистской организацией и запрещена в РФ.

\* Компания «Мета» (социальные сети Facebook и Instagram) признана экстремистской организацией и запрещена в РФ.

<sup>1</sup> Trueman C. EU lists ‘gatekeepers’ to be regulated, opens iMessage and Bing investigations. URL: <https://www.computerworld.com/article/3705935/eu-lists-gatekeepers-to-be-regulated-opens-imessage-and-bing-investigations.html> (дата обращения: 04.10.2023).

<sup>2</sup> Digital Markets Act: Commission designates six gatekeepers. URL: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip\\_23\\_4328](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_23_4328) (дата обращения: 05.10.2023).

передача получателю по сети связи или предоставление доступа к сети связи, под кэшированием – передача такой информации, включающая ее автоматическое хранение для передачи другим получателям по их запросу, под хостингом – хранение информации получателя услуги или по его запросу. В качестве примеров передачи информации можно привести службы виртуальной частности сети (*virtual private network, VPN*)<sup>1</sup>, системы доменных имен (*Domain Name System, DNS*)<sup>2</sup>, айпи-телефонии (*IP telephony*) и обмена сообщениями, кэширования – обратные прокси-серверы и прокси-серверы для адаптации контента, хостинга – облачные вычисления и веб-хостинг.

Закон накладывает на платформы обязательства по борьбе с онлайн-продажей незаконных товаров и услуг, вводит меры для противодействия размещению незаконного контента в Интернете. Он также запрещает платформам использовать целевую рекламу на основе персональных данных несовершеннолетних; вводит ограничения на рекламу и использование таких персональных данных, как пол, раса и вероисповедание, для целевой рекламы; применять интерфейсы, известные как «темные схемы», для введения в заблуждение пользователей.

В отдельную группу выделены особо крупные онлайн-платформы и поисковые системы, число активных среднемесячных получателей услуг которых в ЕС равно или превышает 45 млн. Эксперты пришли к выводу, что они могут создавать повышенные социальные риски и что по этой причине их деятельность должна находиться под пристальным контролем. Этим платформам и системам предписано не рекомендовать пользователям контент, который основан на личных данных, и провести анализ системных рисков, связанных с их услугами. Они также должны создать внутренние системы снижения выявленных рисков, не реже раза в год проходить независимый аудит, предоставлять ЕК и национальным органам информацию для контроля за выполнением закона и иметь общедоступное хранилище рекламных объявлений.

Весной 2023 г. опубликованы списки особо крупных онлайн-платформ и поисковых систем. В первый вошли 17 платформ – «Алибаба АлиЭкспресс» (*Alibaba AliExpress*), «Амазон стор» (*Amazon Store*), «Эппл Эппстор» (*Apple AppStore*), «Букинг» (*Booking.com*), «Фейсбук»\*, «Гугл Плей», «Гугл Карты», «Гугл Шоппинг» (*Google Shopping*), «Инстаграм»\*, «Линкедин», «Пинтерест» (*Pinterest*), «Снэпчат» (*Snapchat*), *TikTok*, «Твиттер» (*Twitter*)\*, «Википедия» (*Wikipedia*), «Ютьюб» и «Заландо» (*Zalando*) во второй – «Бинг» и «Гугл Поиск»<sup>3</sup>. Составление списков – элемент регуляторной деформации конкурентной среды.

<sup>1</sup> Технология, позволяющая установить безопасное подключение к сети Интернет.

<sup>2</sup> Компьютерная распределённая система для поиска адресов сайтов по их именам.

\* Компания «Мета» (социальные сети «Фейсбук» и «Инстаграм») признана экстремистской организацией и запрещена в РФ.

<sup>3</sup> Supervision of the designated very large online platforms and search engines under DSA. URL: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/list-designated-vlops-and-vloses> (дата обращения: 28.09.2023).

### **Плюрализм мнений о новых законах, регулирующих цифровой рынок**

Анализ текстов законов о цифровых рынках и цифровых услугах позволяет сделать предположение, что их имплементация позволит решить многие проблемы, с которыми столкнулись представители бизнеса и рядовые пользователи. Раньше крупные платформы только в отдельных странах не могли запрещать бизнес-пользователям предлагать более выгодные условия продажи своих товаров и услуг через другие платформы. Теперь это правило действует на пространстве всего Евросоюза.

Закон о цифровых рынках устранил один из пробелов общего регламента защиты данных, который сыграл важную роль в установлении стандартизированных правил защиты данных на пространстве ЕС и в повышении осведомленности населения о праве на неприкосновенность частной жизни [Serban, Teixeira, 2021: 312]. Регламент предоставлял более выгодные условия внутрифирменному обмену данными по сравнению с обменом компаний. В результате в более привилегированном положении оказались платформы, осуществляющие деятельность в нескольких областях. Закон о цифровых рынках запрещает гейткиперам объединять персональные данные из разных источников<sup>1</sup>.

Закон о цифровых услугах установил общий для всех стран ЕС режим прозрачности и отчетности онлайн-платформ, обязательные правила и наказания за нарушения, в то время как национальные законодательные акты в основном содержат правила удаления из Интернета нелегального контента.

Вместе с тем многие эксперты считают, что при принятии решений, предполагающих радикальные изменения, необходимо проявлять более взвешенный подход. Например, Дж.М. Юн не согласен с тем, что власть над рынками позволяет крупным платформам наносить вред потребителям, а действующие антимонопольные законы не в состоянии предотвратить это. При рассмотрении вопроса о том, могут ли изменения создать бóльшие проблемы, не всегда проводится достаточно глубокий анализ [Yun, 2020: 309].

По мнению Д. Ауера, Дж.А. Манне и С. Боумана, если законодательство о конкуренции не привязано к набору предметных ограничений, налагаемых судами и законодательными органами, существует угроза, что оно превратится в обширный, охватывающий всю экономику свод нормативных актов, напоминающий национальную промышленную политику. Это можно квалифицировать как извращение антимонопольного законодательства, навязывание политики, выходящей за рамки области конкуренции [Auer et al., 2022: 1674].

---

<sup>1</sup> Blankerts A., Jaurisch J. What the European DSA and DMA proposals mean for online platforms. URL: <https://www.brookings.edu/articles/what-the-european-dsa-and-dma-proposals-mean-for-online-platforms/> (дата обращения: 12.10.2023).

М. Вебер и Р. Чованкуляк полагают, что закон о цифровых рынках излишен, поскольку цифровые и технологические компании могут существенно отличаться друг от друга. По этой причине нормативные акты должны применяться в каждом конкретном случае, а применение стандартного набора ограничений может предоставлять преимущества компаниям в ущерб другим [Weber, Chovanculiak, 2022: 2].

В этом контексте спорным выступает утверждение о хищническом поведении гейткиперов. Закон о цифровых рынках не учитывает специфику платформ. Многие цифровые компании добились успеха благодаря правильно выбранной стратегии развития, умению удовлетворять потребности клиентов, а не монопольному положению на рынке. Например, обработка заказа, его поиск на складе, упаковка, маркировка и передача в службу доставки занимает в «Амазон» всего 45 минут [Weber, Chovanculiak, 2022: 4], а сервис «Фулфилмент бай Амазон» (*Fulfillment by Amazon*) предоставляет сторонним продавцам возможность не только продавать свою продукцию через платформу, но и хранить ее на складах компании, упаковывать и доставлять заказчикам.

Многие крупные платформы – вертикально и горизонтально интегрированные компании, что оказывает положительное воздействие на рынок. Например, вертикальный тип интеграции позволяет фирмам извлекать выгоду от положительных эффектов в других звеньях цепи создания стоимости вследствие инвестирования в ее часть, разрабатывать новые инновационные продукты, преодолевать сбой рыночного механизма, извлекать выгоду за счет масштабной экономии и использовать свое уникальное сочетание ресурсов и возможностей [Claici et al., 2020: 5]. Многие компании, чтобы воспользоваться сетевым эффектом, создаваемым присутствием других субъектов рынка на платформе, предоставляют им доступ к экосистеме. Таким образом, отдельные практики, которые называют хищническими, безвредны и выгодны потребителям [Dorsey, 2020: 1005–1006].

Критике подвергнут порядок подготовки проекта закона. «Чтобы приблизить закон о цифровых рынках к гибкому и целостному регулированию..., он должен предусматривать инклюзивный восходящий подход, ориентированный на соответствующие заинтересованные стороны и осуществляемый с всеобъемлющим взглядом на множество реальных и потенциальных случаев» [Picht, Richter, 2022: 397]. Это предполагает более структурированный подход, вовлечение не только гейткиперов, но и посредников процесса передачи данных и их получателей, т. е. всех заинтересованных сторон.

Неоднозначную оценку получили отдельные положения законов. Один из них – запрет гейткиперам размещать свои продукты в верхних строках поиска. Сторонником такой меры является Н. Гуггенбергер, предлагающий запретить платформам осуществлять дискриминацию и самопредпочтение. Т.А. Ламберт, наоборот, полагает, что операторы платформ заинтересованы в размещении на видном месте наиболее интересных предложений, чтобы пользователи захотели вернуться на платформу, где они могут найти отвечающие их потребностям предложения. Скорее всего, платформы не будут рисковать потерей пользователей ради некоторого увеличения продаж. По этой причине запрет на самопредпочтение не принесет по-

требителям большой пользы. Кроме того, существует много методов обхода, например, учитывать не количество пользователей приложения, а сумму выручки от его продажи.

По мнению Т.А. Ламберта, регулирующему органу необходимо выработать критерии и формулы того, как определять заслуженность того или иного продукта, т. е. на основе какого параметра одно предложение более выгодно по сравнению с другим. Однако для этого потребуется оценить не один фактор, например, количество кликов пользователя, а несколько [Lambert, 2022: 98–99]. По этим причинам применение закона чревато искажением рыночной конкуренции в долгосрочной перспективе.

Спорным выступает запрет гейткиперам предоставлять преференции собственным продуктам и услугам, поскольку каждый разработчик заинтересован в продвижении программы. Например, раньше программы для создания электронных таблиц и графиков приобретались у сторонних производителей, но после появления «Майкрософт офис» (*Microsoft Office*) необходимость в этом отпала. Выгоду получили как разработчик, так и пользователи.

Разные мнения существуют по вопросу обеспечения интероперабельности платформ. Одни эксперты полагают, что предусмотренные законом о цифровых рынках меры недостаточны для того, чтобы остановить антиконкурентное поведение цифровых гигантов. Другие – что достижение технической совместимости приведет к сокращению числа пользователей платных платформ, которые обеспечивают высокий уровень конфиденциальности, и к увеличению числа пользователей платформ с низким уровнем конфиденциальности, взимающих более низкую плату. Владеющие платформами компании опасаются, что некоторые требования закона могут ограничить инновации, создать уязвимости в отношении конфиденциальности и безопасности<sup>1</sup>.

Вопросы возникают относительно применения статьи 13 закона о мерах по предотвращению обхода гейткиперами его положений. По мнению Й.П. Кима, применение это может привести к судебному пересмотру решений ЕК. Гейткиперы могут легко выполнить требования статьи 6, содержащей перечень действий, которые они обязаны и не должны совершать. Если Еврокомиссия придет к выводу, что гейткипер обошел положения закона, то в соответствии со статьей 13 она должна привлечь его к ответственности. Однако компания может оспорить решение в суде и выиграть процесс. Тогда статья станет малоэффективной, поскольку предусмотренные запреты перестанут быть полноохватными, а возможность ЕК предотвращать случаи обхода положений закона будет ограничена [Kim, 2023: 1294].

Критике подвергся запрет гейткиперам навязывать пользователям платежный сервис. В качестве довода приводится неудачный опыт применения поправки к закону о телекоммуникационном бизнесе Республики Корея 2021 г., известной

---

<sup>1</sup> “Эпл” и «Гугл» обеспокоены законом ЕС о цифровых рынках. URL: <https://news.rambler.ru/internet/49650361-apple-i-google-obespokoeny-zakonom-es-o-tsifrovyyh-rynках/> (дата обращения: 30.09.2023).

как закон против «Гугл». «Гугл» и «Эпл» запретили требовать от разработчиков сторонних приложений использовать платежные сервисы компаний [Kim, 2021: 121–122]. Ожидаемый результат достигнут не был, т. к. потребителям удобнее оплачивать покупку нескольких приложений после регистрации в одном платежном сервисе.

В тексте закона о цифровых рынках неоднократно сделана ссылка на принцип справедливого, разумного и недискриминационного поведения гейткиперов. Например, они должны «применять справедливые, разумные и недискриминационные общие условия доступа бизнес-пользователей к своим магазинам программных приложений, онлайн-поисковым системам и онлайн-сервисам социальных сетей»<sup>1</sup>. Однако в законе не содержится пояснения, что это означает, а из-за нехватки ресурсов ЕК не сможет на ранней стадии определить, нарушает ли гейткипер этот принцип.

Что касается закона о цифровых услугах, то отдельные эксперты задаются вопросом, совместимо ли разрешение платформам подвергать цензуре контент со свободой слова. Высказывается опасение в отношении установления контроля за личной электронной почтой и информацией, которую граждане хранят в облачных сервисах [Kucina, 2022: 150–151]. Кроме того, принятие закона означает отход от применявшихся ранее подходов к регулированию, поскольку совсем недавно ЕК проявляла сдержанность по вопросу введения обязательных правил для платформ.

Озабоченность вызывает применение отдельных статей, в частности статьи 16 (механизмы уведомления и принятия мер), наделяющей хостинг-провайдеров полномочиями после получения уведомления о предполагаемой незаконности контента. Эксперты отмечают вероятность того, что хостинг-провайдеры во избежание ответственности будут удалять контент без проведения должной оценки его содержания. Статья 16 применяется ко всем хостинг-провайдерам. Под ее действие попадают облачные сервисы, а это может негативно повлиять на свободу выражения мнений в Интернете<sup>2</sup>.

### **Заключение**

Рассматриваемые в статье законы вызвали неоднозначную реакцию в ЕС. По мнению ЕК, с которым согласны многие эксперты, применение закона о цифровых рынках создает более справедливые условия для конкуренции, содействует внедрению инноваций, сокращает сроки судебных разбирательств, ставит в опре-

---

<sup>1</sup> Regulation (EU) 2022/1925 of the European Parliament and of the Council of 14 September 2022 on contestable and fair markets in the digital sector and amending directives (EU) 2019/1937 and (EU) 2020/1828 (Digital Markets Act). URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32022R1925> (дата обращения: 18.09.2023).

<sup>2</sup> At a glance: Does the EU Digital Services Act protect freedom of expression? URL: <https://www.article19.org/resources/does-the-digital-services-act-protect-freedom-of-expression/> (дата обращения: 08.10.2023).

деленным рамки деятельность крупных платформ, закона о цифровых услугах – повышает прозрачность деятельности онлайн-платформ и посредников и безопасность онлайн-пользователей.

В то же время другие эксперты полагают, что более разумно не проводить столь радикальные изменения, которые могут принести больше вреда, чем пользы, а совершенствовать существовавшую правовую базу. Критике подвергают неизбирательный характер закона о цифровых рынках и его отдельные положения; выражают опасения, что применение закона о цифровых услугах окажет негативное влияние на свободу слова в ЕС. Также отмечается сложность осуществления регулируемыми органами контроля за соблюдением законов.

Столь широкий плюрализм мнений на первоначальном этапе действия законов можно объяснить тем, что эксперты анализируют их отдельно в юридической, социальной и экономической плоскостях при отсутствии комплексного междисциплинарного подхода и не определено влияние новых правил на разные типы хозяйствующих субъектов, на отдельные товарные рынки и на социум в целом. Законы о цифровых рынках и цифровых услугах – новый этап регулирования цифровой сферы в ЕС, соответствующий текущей рыночной реальности. Однако их применение меняет условия конкуренции, что характерно практически для всех аспектов цифровизации мировой экономики.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Арутюнян А.А., Бербенева А.Д. (2022) Эволюция антимонопольного регулирования цифровых платформ. *Digital Law Journal*. Т. 3. № 3. С. 79–96. DOI: 0.38044/2686-9136-2022-3-3-79-96

Белов В.Б. (2023) Цифровая трансформация Европейского союза: через тернии к успехам? *Научные труды ВЭО России*. Т. 241. № 3. С. 213–226. DOI: 10.38197/2072-2060-2023-241-3-213-226

Кондратьева Н.Б. (2021) Декалог аграрной цифровизации ЕС. *Общественные науки и современность*. № 1. С. 73–84. DOI: 10.31857/S086904990013995-6

Толкачев С.А., Удалов И.Д., Темукуев С.А. (2022) Цифровизация обрабатывающей промышленности стран ЕС: приоритет развития киберфизических систем. *Современная Европа*. № 1(108). С. 169–183. DOI: 10.31857/S0201708322010132

Фролов А.В., Лысунец М.В. (2022) Актуальные аспекты цифровой трансформации экономики европейского региона. *Вестник Московского университета им. С.Ю. Витте. Серия I: экономика и управление*. № 1(40). С. 61–71. DOI: 10.21777/2587-554X-2022-1-61-71

Циренщиков В.С. (2019) Цифровизация экономики Европы. *Современная Европа*. № 3. С. 104–113. DOI: 10.15211/soveurope32019104113

Andrés M.B. (2022) El nuevo Reglamento europeo de Mercados Digitales. *Diario La Ley*. No. 10150.

Auer D., Manne G.A., Bowman S. (2022) Should ASEAN Antitrust Laws Emulate European Competition Policy? *Singapore Economic Review*. Vol. 67. Issue 5. P. 1637–1697. DOI: 10.1142/S0217590821430025

Chiarella M.L. (2023) Digital Markets Act (DMA) and Digital Services Act (DSA): New Rules for the EU Digital Environment. *Athens Journal of Law*. Vol. 9. Issue 1. P. 33–58. DOI: 10.30958/ajl.9-1-2

- Claici A., Basalisco B., De Michiel F., Okholm H., Maier N. (2020) *The economic rationale for vertical integration in the tech sector*. Copenhagen Economics, Copenhagen, Denmark. 86 p.
- Díez Estella F. (2023) The DMA: a new Regulation for – or against – Digital Markets in the EU? SSRN. DOI: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4321589>
- Dorsey E. (2020) Anything You Can Do, I Can Do Better – Except in Big Tech?: Antitrust’s New Inhospitality Tradition. *Kansas Law Review*. Vol. 68. P. 975–1015.
- Guggenberger N. (2021a) Essential Platforms. *Stanford Technology Law Review*. Vol. 24. Issue 2. P. 237–343. DOI: 10.2139/ssrn.3703361
- Guggenberger N. (2021b) The Essential Facilities Doctrine in the Digital Economy: Dispelling Persistent Myths. *Yale Journal of Law & Technology*. Vol. 23. P. 301–359. DOI: 10.2139/ssrn.3802559
- Kim Y.P. (2021) Does the Anti-Google Law Actually Help Google and Hurt Startups? *The Georgetown Law Journal Online*. Vol. 110. P. 120–134.
- Kim Y.P. (2023) A Revolution Without a Cause: The Digital Markets Act and Neo-Brandeisian Antitrust. *Wisconsin Law Review*. Vol. 2023. No. 4. P. 1247–1307. DOI: 10.59015/wlr.XKPKQ5575
- Kucina I. (2022) Effective Measures Against Harmful Disinformation in the EU in Digital Communication. *The 8th International Scientific Conference of the Faculty of Law of the University of Latvia: Conference Paper*. University of Latvia, Riga, Latvia. P. 143–155. DOI: 10.22364/iscflul.8.2.11
- Lambert T.A. (2022) Addressing Big Tech’s Market Power: A Comparative Institutional Analysis. *SMU Law Review*. Vol. 75. Issue 1. Article 8. P. 73–115.
- Picht P.G., Richter H. (2022) EU Digital Regulation 2022: Data Desiderata. *GRUR International*. Vol. 71. Issue 5. P. 395–402. DOI: 10.1093/grurint/ikac021
- Serban A., Teixeira C. (2021) Data Protection and Digital Services – European Union Perspectives. *Analele științifice ale Universității “Alexandru Ioan Cuza” din Iași (serie nouă) științe juridice*. Tomul LXVII. Supliment 2. P. 309–322. DOI: 10.47743/jss-2021-67-4-22
- Weber M., Chovanculiak R. (2022) *On the European Union’s Digital Market Act, “Fair Access” and Vertical Integration*. INESS, Bratislava, Slovakia. 6 p.
- Yun J.M. (2020) Does Antitrust Have Digital Blind Spots? *South Carolina Law Review*. Vol. 72. Issue 2. P. 305–356. DOI: 10.2139/ssrn.3593467

## Digital Markets and Digital Services: A New Stage of the EU Internal Market Regulation

**L.S. Revenko**

*Doctor of Sciences (Economics)*

*MGIMO University*

*76, Prospect Vernadskogo, Moscow, Russia, 119454*

*E-mail: l.revenko@inno.mgimo.ru*

**N.S. Revenko**

*Candidate of Sciences (Politics)*

*Financial University under the Government of the Russian Federation*

*49, Leningradsky Propekt, Moscow, Russia, 125993*

*E-mail: reni100@yandex.ru*

**Abstract.** The article explores the EU Digital Markets Law and Digital Services Law adopted in the fall of 2022. The new legislative framework aims to control large digital platforms and search engines that have become market dominant and abuse their power by discriminating against third-party businesses, and to make online platforms and intermediaries more accountable. The authors provide examples of troubling practices by such companies. The provisions of the first document apply to the so-called gatekeepers, which include service providers that have become gateways between businesses and end users and for this reason have a significant impact on the EU internal market, of the second one – to providers of intermediary services qualified as mere conduit, caching and hosting services. A separate group includes very large online platforms and search engines. The laws set quantitative thresholds for companies subject to the laws. They contain lists of rights and responsibilities of such companies. The laws caused conflicting responses. One group of experts supports them, believing that they will solve many problems faced by businesses and ordinary users. Other researchers argue that new laws were not necessary and existing legal framework should have been improved. They also criticize certain provisions of the laws. The authors conclude that the laws correspond to the current market reality, but their application changes the competition environment.

**Keywords:** European Union, digital markets, digital services, large platforms, large online search engines, gatekeepers, illegal content

**DOI:** 10.31857/S0201708324020086

## REFERENCES

- Andrés M.B. (2022) El nuevo Reglamento europeo de Mercados Digitales, *Diario La Ley*, 10150.
- Arutyunyan A.A., Berbeneva A.D. (2022) Evolyutsiya antimonopol'nogo regulirovaniya tsifrovyykh platform [The Evolution of Antimonopoly Regulation of Digital Platforms], *Digital Law Journal*, 3(3), pp. 79–96. (In Russian).
- Auer D., Manne G.A., Bowman S. (2022) Should ASEAN Antitrust Laws Emulate European Competition Policy? *Singapore Economic Review*, 67(5), pp. 1637–1697.
- Belov V.B. (2023) Tsifrovaya transformatsiya Evropeiskogo soyuza: cherez ternii k uspekham? [Digital Transformation of the European Union: Through Thorns to Success?], *Scientific Works of the Free Economic Society of Russia*, 241(3), pp. 213–226. (In Russian).
- Chiarella M.L. (2023) Digital Markets Act (DMA) and Digital Services Act (DSA): New Rules for the EU Digital Environment, *Athens Journal of Law*, 9(1), pp. 33–58.
- Claici A., Basalisco B., De Michiel F., Okholm H., Maier N. (2020) *The economic rationale for vertical integration in the tech sector*, Copenhagen Economics, Copenhagen, Denmark.
- Díez Estella F. (2023) The DMA: a new Regulation for – or against – Digital Markets in the EU? SSRN. DOI: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4321589>
- Dorsey E. (2020) Anything You Can Do, I Can Do Better – Except in Big Tech?: Antitrust's New Inhospitality Tradition, *Kansas Law Review*, 68, pp. 975–1015.
- Frolov A.V., Lysunets M.V. (2022) Aktual'nye aspekty tsifrovoy transformatsii ekonomiki evropeiskogo regiona [Relevant Aspects of the Digital Transformation of the Economy of the European Union], *Bulletin of Moscow Witte University, Series 1: Economics and Management*, 1(40), pp. 61–71. (In Russian).

Guggenberger N. (2021a) Essential Platforms. *Stanford Technology Law Review*, 24(2), pp. 237–343.

Guggenberger N. (2021b) The Essential Facilities Doctrine in the Digital Economy: Dispelling Persistent Myths, *Yale Journal of Law & Technology*, 23, pp. 301–359.

Kim Y.P. (2021) Does the Anti-Google Law Actually Help Google and Hurt Startups? *The Georgetown Law Journal Online*, 110, pp. 120–134.

Kim Y.P. (2023) A Revolution Without a Cause: The Digital Markets Act and Neo-Brandeisian Antitrust, *Wisconsin Law Review*, 2023(4), pp. 1247–1307.

Kondratieva N.B. (2021) Dekalog agrarnoi tsifrovizatsii ES [The EU Agricultural Digitalization Decalogue], *Social Sciences and Contemporary World*, 1, pp. 73–84. (In Russian).

Kucina I. (2022) Effective Measures Against Harmful Disinformation in the EU in Digital Communication, in *The 8th International Scientific Conference of the Faculty of Law of the University of Latvia: Conference Paper*, University of Latvia, Riga, Latvia, pp. 143–155.

Lambert T.A. (2022) Addressing Big Tech’s Market Power: A Comparative Institutional Analysis, *SMU Law Review*, 75(1), pp. 73–115.

Picht P.G., Richter H. (2022) EU Digital Regulation 2022: Data Desiderata, *GRUR International*, 71(5), pp. 395–402.

Serban A., Teixeira C. (2021) Data Protection and Digital Services – European Union Perspectives, *Analele științifice ale Universității “Alexandru Ioan Cuza” din Iași (serie nouă) științe juridice*, LXVII(2), pp. 309–322.

Tolkachev S.A., Udalov I.D., Temukuev S.A. (2022) Tsifrovizatsiya obrabatyvayushchei promyshlennosti stran ES: prioritet razvitiya kiberfizicheskikh system [Digitalization of the Manufacturing Industry in the EU: Cyber-Physical Systems Priority Development], *Sovremennaya Evropa*, 1(108), pp. 169–183. (In Russian).

Tsirenschikov V.S. (2019) Tsifrovizatsiya ekonomiki Evropy [Digitalization of European Economy], *Sovremennaya Evropa*, 3, pp. 104–113. (In Russian).

Weber M., Chovanculiak R. (2022) *On the European Union’s Digital Market Act, “Fair Access” and Vertical Integration*, INESS, Bratislava, Slovakia.

Yun J.M. (2020) Does Antitrust Have Digital Blind Spots? *South Carolina Law Review*, 72(2), pp. 305–356.