

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени М.В. ЛОМОНОСОВА
ЮРИДИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

На правах рукописи

Ханчукаева Луиза Аптиева

**Злоупотребление субъектами предпринимательской деятельности
доминирующим положением с использованием цифровых
платформ: правовые аспекты**

Специальность 5.1.3 Частно-правовые (цивилистические) науки

ДИССЕРТАЦИЯ

на соискание ученой степени
кандидата юридических наук

Научный руководитель:
кандидат юридических наук, доцент
Паращук Сергей Анатольевич

Москва – 2025

Оглавление

Введение	3
Глава 1. Понятие и сущность доминирующего положения субъекта предпринимательской деятельности в условиях цифровой экономики	17
§1. Генезис правового регулирования доминирующего положения субъекта предпринимательской деятельности в условиях цифровой экономики.....	17
§2. Понятие, особенности и виды цифровых платформ в сфере предпринимательской деятельности	50
§3. Понятие злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровых платформ.....	95
Глава 2. Виды злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровых платформ	125
§1. Договорные виды злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровых платформ.....	125
§2. Внедоговорные виды злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровых платформ.....	149
§3. Проблема соотношения «антимонопольных иммунитетов» в сфере интеллектуальной собственности и злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровых платформ	175
Глава 3. Правовая защита от злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровых платформ	196
§1. Защита частных и публичных интересов от злоупотребления доминирующим положением в условиях цифровой экономики	196
§2 Ответственность за злоупотребление доминирующим положением с использованием цифровых платформ.....	217
Заключение	236
Библиографический список	244

Введение

Актуальность темы диссертационного исследования. В условиях цифровой трансформации общественных отношений и всевозрастающего масштабирования платформенного бизнеса перед юридической наукой в антимонопольного регулирования формируются новые вызовы и задачи. Одним из ключевых вопросов становится поиск новых и адаптация уже существующих подходов к предупреждению и запрещению незаконной монополистической деятельности владельцев крупных цифровых платформ, допускающих злоупотребление доминирующим положением на рынке, особенно в сфере электронной торговли.

Учитывая, что цифровизация экономики образует приоритетное направление развития российского государства, достижение указанной цели должно происходить при обеспечении баланса частных и публичных интересов, а также при сохранении и укреплении общественного блага конкуренции¹. В то же время, устойчивое и проконкурентное развитие цифровых платформенных технологий порождает необходимость научного исследования особенностей их использования в предпринимательском обороте и последующего отражения данной специфики в антимонопольном законодательстве.

Актуальными остаются теоретические проблемы определения понятия цифровой платформы и владельца цифровой платформы, анализа сущности доминирующего положения владельца цифровой платформы и злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровых платформ в сфере предпринимательской деятельности. Отдельного внимания требуют выявление и

¹ Указ Президента РФ от 09.05.2017 № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 – 2030 годы» // СЗ РФ. 15.05.2017. № 20. Ст. 2901; Решение Высшего Евразийского экономического совета от 11.10.2017 № 12 «Об Основных направлениях реализации цифровой повестки Евразийского экономического союза до 2025 года» [Электронный ресурс] // https://docs.eaeunion.org/docs/ru-ru/01415258/scd_10112017_12 (дата обращения: 01.08.2024).

систематизация антиконкурентных практик владельцев цифровых платформ, злоупотребляющих доминирующим положением на товарных рынках, с целью совершенствования имеющихся правовых средств к регулированию новых общественных отношений в указанной сфере, что и обуславливает актуальность выбранной темы диссертационного исследования.

В настоящее время в отечественной юридической литературе отсутствуют комплексные научные исследования, посвященные правовым аспектам злоупотребления субъектами предпринимательской деятельности доминирующим положением с использованием цифровых платформ. Вышеуказанное также обуславливает актуальность темы исследования.

Степень научной разработанности темы диссертационного исследования. Общие вопросы, связанные с конкуренцией и доминированием хозяйствующих субъектов на рынке, затрагивались еще дореволюционными и советскими правоведами, в частности, А.В. Венедиктовым¹, И.М. Гольдштейном², А.И. Каминкой³, Г.Ф. Шершеневичем⁴. Изучение вопросов доминирующего положения на товарных рынках также представляет интерес для ряда таких современных отечественных исследователей, как И.В. Башлаков-Николаев⁵, М.А. Егорова⁶, С.А. Паращук⁷, С.А. Пузыревский⁹, а также других авторов. Вопросы доминирующего положения хозяйствующего субъекта на товарном рынке были рассмотрены в диссертационном исследовании Е.С. Хохлова

¹ Венедиктов А.В. Очередные вопросы в литературе гражданского права (Литературное обозрение): Картели и синдикаты / А. Венедиктов // Вестник Гражданского права. Петроград, 1915. № 4 (Апрель). С. 117 -145; № 5 (Май). С. 113-140.

² Гольдштейн И.М. Синдикаты и тресты и современная экономическая политика. Т 1. – М.: Университетская типография на Страстном бульваре. 1907. 542 с.

³ Каминка А.И. Очерки торгового права / Проф. А.И. Каминка. Вып. 1. – Санкт-Петербург: изд. юрид. кн. кл. «Право». 1911. 437 с.

⁴ Шершеневич Г.Ф. Курс торгового права в 4 т. Том 1. Введение. Торговые деятели / Г.Ф. Шершеневич. — М.: Издательство Юрайт, 2023. 397 с.

⁵ Башлаков-Николаев И.В. О необходимости предупреждения объективного вменения при решении вопросов ответственности за коллективное доминирование // Законы России: опыт, анализ, практика. 2020. № 2. С. 64-74.

⁶ Егорова М.А. Доминирующее положение хозяйствующего субъекта как правовой аналог его рыночной власти // Юрист. 2016. № 1. С. 5-13.

⁷ Паращук С.А. Доминирующее положение хозяйствующего субъекта как базовая категория законодательства о защите конкуренции // Предпринимательское право. 2014. № 2. С. 46-53.

⁸ Хохлов Е.С. Понятие доминирующего положения хозяйствующего субъекта в конкурентном праве / в монографии: Конкуренция в рыночной экономике: пределы свободы и ограничений: монография / А.А. Амангельды, О.А. Беляева, А.Н. Варламова и др.; отв. ред. А.В. Габов. М.: ИЗиСП, Юриспруденция, 2016. С. 147-161.

⁹ Пузыревский С.А. Антимонопольное регулирование в современных условиях // Российское конкурентное право и экономика. 2023. № 2 (34). С. 8-15.

«Доминирующее положение хозяйствующего субъекта в конкурентном праве» (2023)¹. Отдельные аспекты антимонопольного регулирования деятельности владельцев цифровых платформ проанализированы в диссертационном исследовании А.О. Маслова «Антимонопольные требования к функционированию цифровых платформ: правовой аспект» (2023)².

Фундаментальная разработка правовой категории злоупотребления правом, во взаимосвязи с которой принято рассматривать проблематику злоупотребления доминирующим положением на товарных рынках, произведена в трудах таких ученых, как М.М. Агарков³, М.И. Бару⁴, В.П. Доманжо⁵, Ю.С. Гамбаров⁶, В.П. Грибанов⁷, И.А. Покровский⁸.

Отдельные вопросы, связанные с установлением рыночной власти хозяйствующего субъекта, занимающего доминирующее положение на товарном рынке, в том числе в рамках цифровизации экономики, традиционно рассматриваются в работах И.В. Князевой⁹, А.Е. Шаститко¹⁰, Д.А. Петрова¹¹.

Развитие идей в области антимонопольного регулирования деятельности владельцев цифровых платформ осуществляется в работах Д.М. Ашфы¹²,

¹ Хохлов Е.С. Доминирующее положение хозяйствующего субъекта в конкурентном праве: дис. ... канд. юрид. наук. М., 2023. 298 с.

² Маслов А.О. Антимонопольные требования к функционированию цифровых платформ: правовой аспект: дис. ... канд. юрид. наук. М., 2023. 196 с.

³ Агарков М.М. Проблема злоупотребления правом в советском гражданском праве // Известия АН СССР. Отделение экономики и права. 1946. № 6. С. 424-436.

⁴ Бару М.И. О ст.1 Гражданского кодекса // Советское государство и право. 1958. № 12. С. 117-120.

⁵ Доманжо В.П. Вопрос об ответственности за вред, причиненный при осуществлении права, в проекте нашего гражданского уложения // Сборник статей по гражданскому и торговому праву: памяти профессора Габриэля Феликсовича Шершеневича. – Москва: Издание бр. Башмаковых, 1915. С. 319-339

⁶ Гамбаров Ю.С. Курс гражданского права. Том I. Часть общая. – С.-Петербург: Типография М.М. Стасюлевича, 1911. 781 с.

⁷ Грибанов В.П. Осуществление и защита гражданских прав. – 2-е изд. – Москва: Статут, 2020. 414 с. (Классика российской цивилистики.)

⁸ Покровский И.А. Основные проблемы гражданского права. – 8-е изд. – Москва: Статут, 2020. 351 с. (Классика российской цивилистики.)

⁹ Князева И.В. Институциональный дизайн Порядка 220 в отношении цифровых и классических рынков // Современная конкуренция. 2023. Том 17. № 6. С. 5-17.

¹⁰ Шаститко А.Е. Рыночная власть коллективно доминирующих компаний в контексте применения антимонопольного законодательства // Научные исследования экономического факультета. Электронный журнал. 2010. № 2. С. 54-71; Шаститко А.Е., Маркова О.А. Агрегаторы вокруг нас: новая реальность и подходы к исследованию // Общественные науки и современность. 2017. С. 5-15.

¹¹ Петров Д.А. Рыночная власть и переговорная сила как категории антимонопольного регулирования // Конкурентное право. 2021. № 1. С. 4-7.

¹² Ашфа Д.М. Антиконтурные практики на цифровых рынках и правовые способы их пресечения // Журнал российского права. 2024. № 4. С. 89-102.

Е.П. Губина¹, А.В. Доценко², М.А. Егоровой³, А.Ю. Иванова⁴, А.О. Маслова⁵, В.Ф. Попондопуло⁶, Ю.С. Харитоновой⁷ и иных авторов.

Вместе с тем, злоупотребление субъектами предпринимательской деятельности доминирующим положением на товарном рынке с использованием цифровых платформ формирует новое направление, требующее комплексного теоретико-практического осмысления использования цифровых платформенных технологий в противоречии с целями честной и свободной конкуренции.

Теоретическую основу диссертационного исследования составили работы российских дореволюционных, советских и современных ученых, а также иностранных специалистов как по общеправовым, так и по специальным вопросам объекта диссертационного исследования.

К авторам соответствующих теоретических работ на русском языке относятся, в частности, М.М. Агарков, Е.А. Абросимова, С.С. Алексеев, М.И. Бару, А.Г. Быков, В.А. Вайпан, А.В. Венедиктов, Н.В. Витрук, Ю.С. Гамбаров, В.П. Грибанов, Е.П. Губин, В.А. Дозорцев, В.П. Доманжо, М.А. Егорова, И.М. Гольдштейн, О.С. Иоффе, А.И. Каминка, И.В. Князева, Н.В. Козлова, Л.В. Лapidус, О.Э. Лейст, Ю.Г. Лескова, С.А. Парашук, Д.А. Петров, И.А. Покровский, Д.И. Сеоегин, С.А. Сеницын, О.А. Символоков, Е.А. Суханов, В.А. Тархов, К.Ю. Тотьев, Ю.К. Толстой, Р.О. Халфина, Ю.С. Харитонova, Е.С. Хохлов, Б.Б. Черепaxин, А.Е. Шаститко, Г.Ф. Шершеневич, И.С. Шиткина и другие авторы.

¹ Губин Е.П., Харитонova Ю.С. Цифровые платформы в Европе, Китае и России: основные подходы и тенденции правового регулирования // Право и экономика. 2020. № 8. С. 5-13.

² Иванов А.Ю., Доценко А.В. Антимонопольное регулирование, цифровые платформы и инновации: дело Google и выработка подходов к защите конкуренции в цифровой среде // Закон. 2016. № 2. С. 31-45.

³ Егорова М.А., Петров Д.А., Попондопуло В.Ф. Цифровая (платформенная) экономика в свете антимонопольного регулирования (сетевой эффект, цифровая платформа, запрет монополистической деятельности) // Конкурентное право. 2024. № 1. С. 2-5.

⁴ Иванов А.Ю. Мифы о легальной монополии, или сказ о том, почему в России не развиваются инновации при упорной охране интеллектуальной собственности // Закон. 2020. № 2. С. 86-102.

⁵ Маслов А.О. Современные концепции рыночной власти в конкурентном праве: российский и зарубежный опыт // Российское конкурентное право и экономика. 2024. № 1. С. 34-42.

⁶ Попондопуло В.Ф., Петров Д.А., Силина Е.В. Проблемы правовой защиты экономической конкуренции в условиях цифровизации экономики // Конкурентное право. 2019. № 3. С. 7-11.

⁷ Губин Е.П., Харитонova Ю.С. Цифровые платформы в Европе, Китае и России: основные подходы и тенденции правового регулирования... С. 5-13.

В числе иностранных ученых можно выделить таких исследователей, как M.W.V. Alstyne, M. Armstrong, J.S. Bain, C.Y. Baldwin, C.J. Woodard, K.A. Bamberger, O. Lobel, D.A. Crane, A.I. Douglas, F.H. Easterbrook, D.S. Evans, G. Rublee, G. Hay, H. Hovenkamp, M. Huffman, J.C. Rochet, L. Kaplow, M.L. Katz, T.G. Krattenmaker, H.I. Kronsteins, R.H. Lande, A.P. Lerner, R.N. Langlois, E.S. Mason, J.F. Moore, G.G. Parker, R.A. Posner, P.L. Robertson, M. Rysman, J. Tirole, A.H. Walker и других авторов.

Объектом диссертационного исследования являются общественные отношения, связанные со злоупотреблением доминирующим положением на товарном рынке владельцами цифровых платформ в сфере предпринимательской деятельности на примере сферы реализации товаров (работ, услуг) в сети Интернет.

Предметом диссертационного исследования являются нормы российского и зарубежного права, российская и зарубежная правоприменительная практика, научные исследования, идеи и концепции отечественных и иностранных специалистов в области права и экономики.

Целью диссертационного исследования является комплексный научный анализ правовых аспектов злоупотребления субъектами предпринимательской деятельности доминирующим положением с использованием цифровых платформ на примере сферы реализации товаров (работ, услуг) в сети Интернет с разработкой предложений по совершенствованию действующего российского законодательства и практики его применения.

Для достижения указанной цели поставлены следующие **задачи диссертационного исследования**:

- установить генезис правового регулирования доминирующего положения субъекта предпринимательской деятельности в условиях цифровой экономики;
- определить понятие, особенности и виды цифровых платформ в сфере предпринимательской деятельности, в том числе на базе междисциплинарного анализа подходов к объяснению сущности цифровых платформ;

- определить понятие злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровых платформ;
- выявить специфику договорных и внедоговорных видов злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровых платформ;
- определить проблему соотношения «антимонопольных иммунитетов» в сфере интеллектуальной собственности и злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровых платформ;
- выявить особенности защиты публичных и частных интересов от злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровых платформ;
- определить виды юридической ответственности за злоупотребление доминирующим положением с использованием цифровых платформ.

Нормативную основу диссертационного исследования составили нормы российского законодательства (Конституция Российской Федерации¹, Гражданский кодекс Российской Федерации (далее – ГК РФ)², Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции)³, иные федеральные законы), нормы наднационального регулирования (в том числе Евразийского экономического союза), иные нормы международного права, нормы зарубежного законодательства.

Эмпирическую основу исследования составили материалы правоприменительной практики антимонопольных органов в России и за рубежом, акты российских и зарубежных судов, официальные анонсы и объявления в сети Интернет, а также опыт практической работы автора исследования,

¹ Конституция Российской Федерации, принятая всенародным голосованием 12.12.1993 г. // Российская газета. 1993. № 237; 2020. № 55.

² Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ // СЗ РФ. 05.12.1994. № 32. Ст. 3301; СЗ РФ. 2020. № 50 (часть III). Ст. 8072; Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ // СЗ РФ. 1996. № 5. Ст. 410; СЗ РФ. 2024. № 51. Ст. 7853; Гражданский кодекс Российской Федерации (часть третья) от 26.11.2001 № 146-ФЗ // СЗ РФ. 2001. № 49. Ст. 4552; СЗ РФ. 2024. № 33 (Часть I). Ст. 4933; Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 № 230-ФЗ // СЗ РФ. 2006. № 52 (1 ч.). Ст. 5496; СЗ РФ 2024. № 31. Ст. 4450.

³ Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» // СЗ РФ. 31.07.2006. № 31 (1 ч.). Ст. 3434; СЗ РФ. 21.10.2024. № 43. Ст. 6299.

полученный в рамках консультирования по вопросам антимонопольного регулирования в сфере электронной торговли, осуществляемой с использованием цифровых платформ в сфере предпринимательской деятельности.

Методологическая основа исследования включает систему общенаучных и специальных методов исследования. В качестве общенаучных методов исследования используются исторический, системный, формально-логический методы, а также методы анализа, синтеза, индукции и дедукции, аналогии, описания и абстрагирования. К числу специальных методов исследования относятся формально-юридический, сравнительно-правовой, метод юридической герменевтики.

Научная новизна исследования. Диссертация представляет собой комплексное научное исследование проблематики злоупотребления субъектами предпринимательской деятельности доминирующим положением с использованием цифровых платформ. В диссертации автором предложено понятие цифровой платформы, используемой для осуществления предпринимательской деятельности, выявлены виды цифровых платформ, договорные и внедоговорные виды злоупотребления доминирующим положением на рынке, особенности запрещения и пресечения данного правонарушения, определен круг субъектов, чьи права и законные интересы подлежат защите, внесены предложения по совершенствованию действующего законодательства и практики его применения с учетом выявленных особенностей в указанной сфере.

Теоретические выводы по результатам исследования (положения, выносимые на защиту):

1. Под цифровой платформой, используемой для осуществления предпринимательской деятельности на товарном рынке, понимается принадлежащий на законном основании одному или нескольким хозяйствующим субъектам (группе лиц) единый имущественный объект (цифровой имущественный комплекс), включающий совокупность объектов в цифровой форме – программу или совокупность программ для ЭВМ, базы данных, исключительные права на указанные объекты, а также сопутствующие объекты:

серверное компьютерное оборудование, здания, сооружения, транспортные средства, функционирующий под единым средством индивидуализации (товарным знаком, фирменным наименованием), основанный на использовании сетевых эффектов, обеспечивающий совершение сделок между продавцами и покупателями (потребителями) определенных товаров (работ, услуг) в сети Интернет, что определяет его в качестве цифровой платформы транзакционного типа.

2. Доминирующее положение на рынке, занимаемое владельцем цифровой платформы, влечет правовые последствия в виде ограничения свободы его предпринимательской деятельности, включая ограничение свободы договора, свободы установления цен, и иных ограничений. Установление статуса доминирующего на товарном рынке владельца цифровой платформы включает в совокупности: 1) качественный критерий, основанный на возможности владельца цифровой платформы оказывать решающее влияние на общие условия оборота товаров (работ, услуг) за счет сетевого эффекта, в результате чего владелец цифровой платформы может управлять сообществами пользователей цифровой платформы (продавцов, покупателей (потребителей)) за счет аккумуляирования значительных массивов пользовательских данных, включая персональные данные, «большие данные»; 2) количественный критерий, основанный: а) на наличии определенной доли сделок (более 35%), заключаемых пользователями цифровой платформы, по продаже (приобретению) товаров (работ, услуг) на данном товарном рынке; б) наличии определенного размера выручки владельца цифровой платформы за последний календарный год (в частности, более 2 млрд рублей). Наличие статуса доминирующего на рынке владельца цифровой платформы подтверждается аналитическим отчетом по результатам анализа состояния конкуренции на товарном рынке с использованием цифровой платформы, проводимым антимонопольным органом, а также отдельными решениями антимонопольного органа.

3. Злоупотребление доминирующим положением с использованием цифровой платформы представляет собой правонарушение, разновидность

монополистической деятельности в виде действий (бездействия) владельца цифровой платформы, который недобросовестно в целях приобретения необоснованных конкурентных преимуществ использует присущие статусу доминирующего субъекта возможности по одностороннему воздействию на товарный рынок за счет использования сетевых эффектов, в том числе по воздействию на условия формирования цен, заключения и исполнения договоров, на конкурирующих субъектов и потребителей, что приводит к противоправным последствиям (в совокупности либо к одному из них): неправомерному ограничению конкуренции на товарном рынке, функционирующем с использованием цифровых платформ; нарушению прав и законных интересов хозяйствующих субъектов-конкурентов, пользователей цифровой платформы (продавцов, покупателей, в том числе неопределенного круга потребителей) на рассматриваемом товарном рынке. Злоупотребление доминирующим положением владельцем цифровой платформы в зависимости от способа совершения данного правонарушения подразделяется на договорные и внедоговорные виды злоупотребления.

4. Договорные виды злоупотребления доминирующим положением на товарном рынке с использованием цифровых платформ совершаются посредством дискриминации (нарушения юридического равенства) со стороны доминирующей (сильной) стороны договорного правоотношения к своему контрагенту (выступающему в качестве слабой стороны) в виде: 1) необоснованного отказа либо уклонения от заключения договора; 2) навязывания контрагенту невыгодных или не относящихся к предмету договора условий. Исходя из условий конкретного соглашения, приводящих к указанным антиконкурентным последствиям, выделяются следующие антиконкурентные условия договоров, навязываемых доминирующим владельцем цифровой платформы: а) ценовые (условия о паритете цен, взимании высокой комиссии за оказание услуг, условия о скидках за счет продавца и пр.); б) товарные (условия о паритете предложений, или паритете ассортимента); в) штрафные (условия о штрафах за нарушение договора); г) информационные (условия об обработке избыточных персональных данных, не

требуемых для исполнения договора, либо о передаче персональных данных третьим лицам, не вовлеченным в процесс исполнения договора); е) эксклюзивные (условия о запрете сотрудничества с конкурентами и другие). Приведенная классификация дискриминационных условий договоров позволяет выявить сущность злоупотребления субъектами предпринимательской деятельности доминирующим положением с использованием цифровых платформ при заключении договоров с контрагентами и может быть использована для развития теоретических представлений об антимонопольных правонарушениях данного вида.

5. Внедоговорные виды злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровых платформ заключаются в реализации владельцем цифровой платформы преимущественно односторонних дискриминационных ограничений в отношении пользователей цифровой платформы, не связанных с заключением договоров (например, удаление товаров продавцов с платформы). Исходя из целей введения таких односторонних дискриминационных ограничений, внедоговорные виды злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровых платформ подразделяются на: а) инфраструктурные, направленные на ограничение или исключение доступа к инфраструктуре и функциональным возможностям цифровой платформы (например, удаление мобильного приложения с платформы, понижение товаров продавца в результатах поисковой выдачи и пр.); б) преференциальные, формирующие привилегированные условия продвижения и реализации собственных товаров и услуг владельца цифровой платформы либо отдельных групп пользователей в сравнении с остальными участниками платформы (приоритетный показ собственных товарных предложений в результатах внутриплатформенного поиска в отличие от товаров третьих лиц); в) связывающие (связывание программных продуктов платформенной компании).

6. Защита прав и законных интересов пользователей цифровой платформы от злоупотребления ее владельцем доминирующим положением на рынке осуществляется в следующих формах: 1) индивидуальная защита прав и

законных интересов хозяйствующего субъекта – пользователя цифровой платформы (включая его группу лиц), выступающих в качестве продавца либо покупателя (потребителя), нарушенных в результате ограничения конкуренции на рынке, осуществляемая путем: а) рассмотрения антимонопольным органом заявления хозяйствующего субъекта – конкурента либо пользователя цифровой платформы по факту данного правонарушения; б) рассмотрения судом иска хозяйствующего субъекта – пользователя цифровой платформы о взыскании убытков, причиненных злоупотреблением доминирующим положением, либо неосновательного обогащения; 2) защита коллективных (групповых) интересов пользователей цифровой платформы (включая группу лиц каждого из них) путем: а) рассмотрения антимонопольным органом коллективного заявления группы пользователей (продавцов либо покупателей, потребителей), либо рассмотрения антимонопольным органом заявления некоммерческой организации, объединяющей группу пользователей цифровой платформы (включая организации по защите прав потребителей), поданное в защиту интересов неопределенного круга пользователей (потребителей), нарушенных в результате ограничения конкуренции на рынке, б) рассмотрения судом группового иска пользователей цифровой платформы о взыскании убытков, неосновательного обогащения в связи со злоупотреблением доминирующим положением либо иска уполномоченного органа (организации) в защиту неопределенного круга потребителей.

Теоретическая значимость результатов исследования заключается в том, что сформулированные автором выводы могут быть использованы для дальнейшего развития юридической науки, в том числе научных исследований в сфере антимонопольного регулирования деятельности владельцев цифровых платформ.

Материал диссертации может быть использован в учебных программах бакалавриата и магистратуры по курсам предпринимательского и конкурентного права, в специализированных курсах по правовой защите от злоупотребления доминирующим положением на рынке, а также может послужить ресурсом для создания учебных материалов. Результаты исследования также могут служить

основой для дальнейших научных изысканий в сфере гражданского, предпринимательского и конкурентного права.

Практическая значимость диссертационного исследования состоит в возможности использования сформулированных выводов и положений при совершенствовании российского антимонопольного законодательства, а также для развития правоприменительной практики по делам о злоупотреблении доминирующим положением с использованием цифровых платформ. В исследовании описывается и обосновывается ряд способов решения практических проблем, выявленных в практике антимонопольного правоприменения, подготовлены соответствующие рекомендации для юридического сообщества. Кроме того, представленный в работе материал может быть использован в преподавательской деятельности.

Практическая значимость исследования находит свое отражение в следующих предложениях по совершенствованию законодательства:

1. Поскольку владельцы цифровых платформ, занимающие доминирующее положение на рынке, в большинстве случаев выступают системообразующими организациями, особенно в сфере электронной торговли товарами (работами, услугами), и являются проводниками инноваций, возбуждению дел по признакам злоупотребления доминирующим положением на рынке против данных субъектов должна предшествовать обязательная выдача предупреждений о прекращении действий (бездействия), нарушающих антимонопольное законодательство, при реализации любой антиконкурентной практики, подпадающей под запреты злоупотребления доминирующим положением на товарном рынке согласно ст. 10, 10.1 Закона о защите конкуренции. Для этих целей ст. 39.1 Закона о защите конкуренции необходимо дополнить положениями о том, что предупреждения о прекращении действий (бездействия), которые содержат признаки нарушения антимонопольного законодательства, выдаются владельцам цифровых платформ в случае выявления любого из признаков нарушения п. 1 – 10 ч. 1 ст. 10 Закона о защите конкуренции.

2. Поскольку устойчивая и систематическая антиконкурентная деятельность владельцев цифровых платформ, занимающих доминирующее положение на рынке, может приводить не только к имущественным потерям участников рынка, но и отрицательно сказываться на благосостоянии потребителей, а также иметь своим следствием сильный, разрушительный эффект для конкуренции, справедливой реакцией государства на соответствующие нарушения видится как назначение мер наказания в их штрафном эквиваленте, так возможность применения санкций с дополнительным ограничительным воздействием на нарушителя. В указанных целях норму ст. 14.31 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ) предлагается дополнить ч. 3 ст. 14.31 КоАП РФ с установлением специальной ответственности за повторное злоупотребление хозяйствующим субъектом, владеющим цифровой платформой, доминирующим положением на товарном рынке, где наиболее строгой мерой ответственности, в дополнение к существующим в рамках ч. 2 ст. 14.31 КоАП РФ, может стать назначение оборотного штрафа с исключением организации из реестра аккредитованных ИТ-компаний на срок до одного года; назначение оборотного штрафа с исключением программы правонарушителя из реестра российского программного обеспечения на срок до одного года либо без таковых.

Степень достоверности результатов исследования. Достоверность полученных результатов обеспечивается применением научных методов исследования, подтверждается трудами ученых-правоведов, нормативными правовыми актами, судебными актами, практикой антимонопольных органов.

Апробация результатов исследования. Диссертация выполнена и обсуждалась на кафедре предпринимательского права Юридического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова. Основные положения и выводы настоящего исследования опубликованы в статьях автора в ведущих рецензируемых научных журналах, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации, а также использованы автором при проведении практических занятий со студентами и магистрантами по дисциплинам кафедры предпринимательского права и

магистерской программы «Конкурентное право» юридического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова, при участии в круглых столах, конференциях.

Структура научной работы обусловлена целью и задачами исследования. Работа состоит из введения, трех глав, содержащих в совокупности восемь параграфов, заключения, библиографического списка.

Глава 1. Понятие и сущность доминирующего положения субъекта предпринимательской деятельности в условиях цифровой экономики

§1. Генезис правового регулирования доминирующего положения субъекта предпринимательской деятельности в условиях цифровой экономики

По мере развития экономики государств в русле идей свободного рынка, конкуренция приобретает черты необходимого для общественного порядка блага, а проблема ее охраны обостряется¹. Поскольку, как утверждал В. Дильтей, «развитие имеет тенденции вызывать жизненные ценности», создание правового механизма реализации и защиты таких ценностей – лишь вопрос времени². Закономерным образом сложилось, что ключевым риском для «смыслов» конкурентной борьбы стала проблема концентрации капиталов, объединения и масштабирования предприятий, многим из которых было не чуждо извлечение необоснованных выгод от достигнутых за счет роста преимуществ.

Для анализа поведения таких участников рынка, у которых оказываются возможности воздействия на уровень цен, соотношение спроса и предложения, в нормативный массив со временем вводится конструкция доминирующего положения – индикатора реальной позиции субъекта на рынке с вытекающими из этого запретами на его антиконкурентное поведение. Однако путь, который прошли наука и практика для отражения таких правил в нормах законодательства, – это хроника не одного десятилетия, планомерно следующая за судьбой экономического развития каждого государства. Промышленные революции с неизвестными ранее экономическому обороту ресурсами обуславливали корреспондирующий тому сдвиг хозяйственной парадигмы. Такие

¹ Шершеневич Г.Ф. Курс торгового права в 4 т. Том 1. Введение. Торговые деятели / Г.Ф. Шершеневич. – М.: Издательство Юрайт, 2023. С 383.

² Дильтей В. Описательная психология / В. Дильтей. – М: Современный гуманитарный университет, 2001. С. 107.

изменения совершенно естественно вызывали и обеспокоенность в том, что касается выбора правовых подходов к оценке деятельности доминирующих на рынке участников.

Как отмечает Е.П. Губин, без права развитие экономики не представляется возможным, и «ее эффективность во многом определяется соответствующей экономическим законам правовой базой»¹. Поэтому, разумеется, что вопрос правовой регламентации соответствующих общественных отношений – это лишь вопрос времени, обратный интерес экономических достижений в том, чтобы быть основанным на праве и соответствовать ему, ибо сказанное обуславливает их существование в перспективе². Поэтому генезис правового регулирования доминирующего положения – это и вопрос развития научных исследований, в рамках которых исследовались идеи о необходимости ввода данной категории в действующее законодательство.

Отдельно следует отметить, что категория доминирующего положения изучается и реализуется в праве в отношении хозяйствующих субъектов, осуществляющих предпринимательскую деятельность на рынке, и не применяется к государству и муниципальным образованиям в лице соответствующих органов. При этом под субъектами предпринимательской деятельности, на которых распространяются нормы о доминирующем положении по российскому антимонопольному законодательству, понимаются именно хозяйствующие субъекты – это коммерческие организации, некоммерческие организации, осуществляющие деятельность, приносящую им доход, индивидуальные предприниматели, иные физические лица, не зарегистрированные в качестве индивидуального предпринимателя, но действующие как самозанятые либо осуществляющие профессиональную деятельность, приносящую доход, в соответствии с федеральными законами на основании государственной

¹ Губин Е.П. Право как инструмент решения экономических проблем // Вестник Московского университета. Серия 11. Право. 2012. № 2. С. 4.

² Например, как отмечает В.А. Вайпан, включение правовых норм, регулирующих процессы цифровизации, в отраслевое законодательство уже образует одно из актуальных направлений развития цифрового права, устремленного к регламентации нового круга общественных отношений, порожденных особыми цифровыми технологиями (См. подробнее: Вайпан В.А. Понятие и правовая природа цифрового права // Право и бизнес. 2024. № 2. С. 10-17).

регистрации и (или) лицензии, а также в силу членства в саморегулируемой организации (пп. 5 ч. 1 ст. 4 Закона о защите конкуренции).

Исторически верными являются тезисы исследователей, например А.Н. Голомолзина, апеллирующих к римскому праву и Кодексу Юстиниана как к одному из самых ранних источников права, в котором содержались нормы о запрете монополизации рынков¹. Действительно, Титул 59 «О монополиях, незаконных соглашениях купцов, ремесленников или подрядчиков, а также незаконных и запрещенных действиях владельцев бань». Книги IV Кодекса Юстиниана прямо говорит о недопустимости осуществления монополистической деятельности, в том числе путем «использования собственной власти» как некоего прототипа конструкции запрета на злоупотребление доминирующим положением на рынке. За нарушение установленных ограничений и создание монополий действовали санкции в виде конфискации всего имущества и отправления в вечную ссылку².

Кроме того, известно, что антимонопольная традиция получила развитие и в дореволюционной России, в частности, нормы главы VII Соборного уложения 1649 г. фактически вводили запрет на установление монопольно высоких цен, обязывая служилых людей «продавати людския и конския кормы прямою ценою»³. Не менее важным является и тот факт, что принятое в 1845 г. Уложение о наказаниях уголовных и исполнительных предусматривало уголовную ответственность за стачку (соглашение) торговцев или промышленников с целью повышения или непомерного понижения цен на товары с намерением «стеснить действия» поставщиков таковых⁴. Вместе с тем, избранный в дореволюционной России подход к решению проблематики защиты и развития конкуренции являлся фрагментарным и не оперировал категорией доминирующего положения.

¹ Голомолзин А.Н. Исторические уроки защиты и развития конкуренции // Российское конкурентное право и экономика. 2019. № 4. С. 8.

² The Enactments of Justinian. The Code. Book IV [электронный ресурс] // URL: https://droitromain.univ-grenoble-alpes.fr/Anglica/CJ4_Scott.htm#59 (дата обращения: 10.09.2023).

³ Серегин Д.И. Становление законодательства о защите конкуренции в России // Вестник Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА). 2017. № 9. С. 30.

⁴ Уложение о наказаниях уголовных и исправительных 1845 года [Электронный ресурс] // URL: <https://dspace.spbu.ru/handle/11701/8933> (дата обращения: 01.04.2024).

Фактически доминирующее положение оформляется в самостоятельную категорию и отражается в нормах права позднее, в США, поэтому справедливым видится изучение циклов становления антимонопольного регулирования по отношению к доминированию хозяйствующих субъектов в данной стране¹.

Превалирующая на каждом из временных промежутков исторического развития американского антимонопольного законодательства политико-правовая и экономическая мысль играли определяющую роль в генезисе и общей направленности развития такового. Так, по мнению Л. Сойер, эволюция американского антимонопольного (антитрестовского законодательства) и антимонопольной доктрины сводится к нескольким ключевым этапам, в числе которых – начало позолоченного века (1880 – 1900 гг.), период прогрессивизма (1904 – 1929 гг.), период Гарвардской школы (1930-е – конец 1960 гг.), период Чикагской школы (1970 – 1990-е гг.), период Постчикагской школы (с 1990-е гг. – наст. время), синтезировавших новые взгляды относительно экономико-правовой оценки доминирования на товарных рынках². При этом отдельными учеными,

¹ Douglas A. I. Tariffs and Growth in Late Nineteenth Century America // *The World Economy*. Blackwell Publishing. 2001. Vol. 24 (1). P. 17.

² Так, на первом этапе развития антимонопольной традиции в США происходит базисное осмысление проблематики монополизации экономики, достигаемой посредством заключения горизонтальных антиконкурентных соглашений, а специальных положений относительно доминирующего положения компаний в нормативном массиве не выделяется. Появляются первые значимые судебные прецеденты в вопросах защиты конкуренции, например, дело *Diamond Match Co. v. Roeber* (см. подробнее: *Diamond Match Co. v. Roeber*, 106 N.Y. 473, 11 N.Y. St. Rptr. 47, 13 N.E. 419 (N.Y. 1887) [Электронный ресурс] // <https://casetext.com/case/diamond-match-co-v-roeber> (дата обращения: 11.03.2022)). На втором этапе, в эру прогрессивизма, по указанию М. Склера, сохраняется преимущественно либеральный политико-правовой курс на противодействие монополизации экономики через выявление и пресечение ограничивающих конкуренцию соглашений, а также регулирование сделок экономической концентрации (см. подробнее: Sklar M. *The Corporate Reconstruction of American Capitalism, 1890–1916: The Market, the Law, and Politics*. New York: Cambridge University Press. 1988. P. 345.). Кроме того, предпринимаются первые попытки правовой оценки чисто «поведенческого» элемента в действиях доминирующих компаний, потенциально искажающих конкуренцию, в отсутствие подробного экономического анализа рынков. В дальнейшем, последствия Великой депрессии в виде проблем безработицы, роста цен, падения конкурентоспособности мелких и средних предприятий потребовали от государства внедрения нового, более интервенционистского подхода к проведению конкурентной политики, который получил научное обоснование в трудах Дж. Бейна, Э. Мейсона – теоретиков Гарвардской школы антимонопольного регулирования, ознаменовавшей собой следующий период развития антимонопольного регулирования в США: в практике правоприменения постепенно нарастают элементы экономического анализа рынков в целях установления антиконкурентного поведения его участников, создающие основу для исследования товарных рынков, в т.ч. в аспекте установления рыночной власти доминирующих фирм (см., например, Bain J.S. *Workable Competition in Oligopoly: Theoretical Considerations and Some Empirical Evidence* // *American Economic Review*, 49. 1950. Pp. 15-39; Mason E.S. *Monopoly in Law and Economics* // *The Yale Law Journal*. 1937. Vol. 47, No. 1. Pp. 34-49). На этапе Чикагской школы, в трудах Р. Борка, Р. Познера, Ф. Истербука, наблюдается обратная либерализация идей антимонопольного регулирования: в антимонопольной политике утверждается идея эффективности рынков в условиях их саморегулирования и признается возможность существования положительных конкурентных эффектов от деятельности доминирующих фирм (см., например, Easterbrook F.H. *The Limits of Antitrust* // *Texas Law Review*. 1984. Vol. 63. Pp. 1-41. [Электронный ресурс] // URL: https://chicagounbound.uchicago.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2152&context=journal_articles (дата обращения:

например Д. Крейном, М. Хаффманом, в качестве наиболее позднего периода предлагается выделяться так называемый этап Неочикагской школы, которая переосмысливает концепции Чикагской школы сквозь призму их практической имплементации и аргументации¹. При более детальном рассмотрении указанных этапов в сфере антимонопольного регулирования в США отмечаются следующие тенденции.

В начале так называемого позолоченного века (1880 –1900 гг.), по мнению Л.Дж. Уайт, вопрос о необходимости защиты конкуренции как «артерии подлинно рыночного порядка» обострился особенно сильно на пике расцвета трестов, контролирующих целые отрасли экономики: от железных дорог до нефти, стали и сахара (например, U.S. Steel и Standard Oil)². Данные предприятия, образовав монопольные структуры, управляли предложением и ценой в отношении производимой ими продукции и создавались в целях ограничения торговли. Как итог – практически исключили малый бизнес с рынка и вызвали неконтролируемый рост цен. Американская экономика оказалась под контролем промышленных гигантов³.

Более того, по замечаниям А.И. Каминки, экономический кризис, с которым столкнулись США после 1860-х гг., также вызвал и появление так называемых «pools» – соглашений предпринимателей, заключаемых «...в целях ограничения производства и распределения заказов», «вполне соответствующих европейскому термину картели»⁴.

19.01.2023)). По мнению К.Б. Овакимяна, в период Постчикагской школы, одним из ключевых идеологов которой в ключе антимонопольного регулирования стал Г. Ховенкамп (см., например, Hovenkamp H. Antitrust Error Costs // Univ. of Pennsylvania Journal of Business Law. 2022. Vol. 24. P. 293-349), осуществляется концептуальный поиск и утверждение «взвешенного» подхода к проведению антимонопольного анализа, включая расследование дел по признакам злоупотребления доминирующим положением. Кроме того, обостряется проблема противодействия «цифровым» монополиям (см. подробнее: Овакимян К.Б. История правового регулирования государственного контроля за экономической концентрации в США // Вестник Университета имени О.Е. Кутафина. 2017. № 9. С. 134).

¹ См. подробнее: Crane D. A. Chicago, Post-Chicago, and Neo-Chicago // The University of Chicago Law Review. 2009. Vol. 76. № 4. Pp. 1911-1933; Huffman M. Marrying Neo-Chicago with Behavioral Antitrust // Antitrust Law Journal. 2012. Vol. 78. № 1. Pp. 105-145.

² White L. J. Competition Policy in the United States: an Overview // Oxford Review of Economic Policy. 1993. Vol. 9. Is. 2. P. 134.

³ Голомолзин А.Н. Исторические уроки защиты конкуренции...С. 9.

⁴ Каминка А.И. Очерки торгового права / Проф. А.И. Каминка. Вып. 1. – Санкт-Петербург: изд. юрид. кн. кл. «Право». 1911. С. 404.

Упомянутые отрицательные экономические тенденции стали базисом для ответных действий государства: вводится ряд законов для противодействия ограничивающим свободную и честную конкуренцию соглашениям, а также трестам. Именно поэтому американское законодательство в области борьбы с монополиями было поименовано в качестве антитрестовского (antitrust law).

Первым таким законом стал принятый в 1890 г. Закон Шермана, который, по замечаниям А. Уолкэр, опубликованным в работе «История Акта Шермана», был разработан на основе доктринального переосмысления принципов общего права, допускающим признание отдельных соглашений между участниками гражданского оборота в качестве недопустимых¹. Он не содержал норм в части регулирования доминирующего положения и был устремлен лишь к борьбе с картелями и трестами. Однако в научно-практических трудах имеется мнение, что данный закон вовсе не решил поставленной перед ним задачи: вместо картельных соглашений и организации трестов предприниматели начали заключать сделки слияния и поглощения, не запрещенные на тот момент, поэтому антиконкурентные эффекты от концентрации капиталов на рынке усиливались².

Для восполнения существующих пробелов антимонопольного регулирования, с наступлением эры прогрессивизма (1904 – 1929 гг.), идеи о противодействии незаконной монополизации рынков получают новый виток развития в деятельности Г. Клейтона: в 1914 г. принимается одноименный Закон Клейтона, которым запрещаются любые сделки слияний и поглощений, ведущие к ограничению торговли и конкуренции на территории любого из штатов, а также ценовая и иная дискриминация потребителей и контрагентов, если сказанное может существенно снизить конкуренцию и способствовать образованию монополии. Интересно, что данный закон тоже не был лишен критики: он содержал слишком абстрактные ограничения, которые оказались настолько неясными, что

¹ Walker A.H. The History of the Sherman Act. New York: The Equity Press, 1910. P. 15; Sherman Anti-Trust Act (1890) [Электронный ресурс] // URL: <https://www.ourdocuments.gov/doc.php?flash=false&doc=51&page=transcript> (дата обращения: 20.03.2022).

² Djelic M.L., Quack S. Adaptation, Recombination and Reinforcement: The Story of Antitrust and Competition Law in Germany And Europe, 2005 [Электронный ресурс] // URL: https://www.researchgate.net/publication/328274136_Adaptation_Recombination_and_Reinforcement_The_Story_of_Antitrust_and_Competition_Law_in_Germany_And_Europe (дата обращения: 20.08.2023).

допускали толкование, создающее риски сдерживания совершенно законной торговой практики¹. Отдельных норм, связанных с установлением доминирующего положения предприятий и с запретами злоупотребления им, закон не содержал.

Почти одновременно с Законом Клейтона, в 1914 г. также принимается Закон об учреждении Федеральной торговой комиссии США (ФТК), однако и им вопросы доминирования на рынке, включая инструменты его определения, специально не оговариваются².

Тем не менее, большой вклад в развитие антимонопольной доктрины и практики на данном и последующих этапах вносит деятельность Верховного суда США как «творца американского права», хранителя правосознания *common law*, в глубинах которого кроется понимание исследуемых явлений в условиях высокой абстрактности норм антитрестовского законодательства: именно он открывает антимонопольную практику периода прогрессивизма серией ключевых дел против «Сахарного треста» (1895), «Говяжьего треста» (1905) и треста «Standard Oil Co.» (1910):

1) в деле против «Сахарного треста» (1895), рассматривая вопросы приобретения E. C. Knight Co. ключевых производителей рафинированного сахара в США, занимавших 33 % рынка, суд постановил, что, несмотря на получение практически полного контроля над производством рафинированного сахара в стране, в действиях «доминирующей корпорации отсутствовало намерение ограничить торговлю, продажи могли быть ограничены только косвенно...чего недостаточно для вынесения судом постановления против компании», то есть при

¹ G. Rublee. The Original Plan and Early History of the Federal Trade Commission // Proceedings of the Academy of Political Science in the City of New York. 1926. Vol. 11. №. 4. Trade Associations and Business Combinations. P. 115.

² Согласно сохранившимся заметкам Дж. Раббла, одного из первых членов ФТК, изначально представлялось, что полномочия образованного ведомства будут связаны с контролем за исполнением запретов на осуществление монополистической деятельности, а вопросы недобросовестной конкуренции в компетенцию ФТК не войдут, но по результатам дискуссий было определено, что недобросовестные практики осуществления предпринимательской деятельности также станут предметом ведения данного регулятора (см. подробнее: G. Rublee. The Original Plan and Early History of the Federal Trade Commission // Proceedings of the Academy of Political Science in the City of New York. 1926. Vol. 11. №. 4. Trade Associations and Business Combinations. P. 115; Federal Trade Commission Act (1914) // URL: <https://www.ftc.gov/enforcement/statutes/federal-trade-commission-act> (дата обращения: 20.08.2023)).

решении вопроса о наличии нарушения важно учитывать не только долю рынка, но и поведение доминирующего игрока, его намерение¹;

2) в рамках разбирательства по делу *Addyston Pipe & Steel Co. v. United States* (1899)², а впоследствии и в антимонопольном расследовании против «Говяжьего треста» (1905)³, суд признает монополии незаконными, если их поведение оказывает прямое ограничительное воздействие на торговую деятельность: действия шести доминирующих производителей упаковки мясной продукции, связанные с фиксацией и поддержанием единых цен на реализуемые товары, отстранением конкурентов и получением необоснованных выгод при перевозке мясной продукции признаются антимонопольным нарушением, хотя и детального экономического анализа рынка решение не содержит и сводится преимущественно к оценке качественной стороны поведения компаний⁴;

3) по итогам антимонопольного разбирательства против *Standard Oil Co. Of New Jersey* (1910 г.) основанная Дж. Рокфеллером в области нефтеперерабатывающей промышленности компания, контролировавшая 90 % рынка по добыче, транспортировке, переработке и продаже нефти и нефтепродуктов, была принудительно разделена на 33 самостоятельные фирмы, а в применении запрета на монополизацию рынков утвердился критерий «необоснованности» действий, или «правило разумности» («rule of reason»), согласно которому только необоснованные действия по монополизации экономики, имеющие целью ограничение конкуренции и получение монопольного положения на рынке, совершаемые с соответствующим намерением и выходящие за пределы обычной деловой практики, признаются недопустимыми, а не вообще

¹ *United States v. E. C. Knight Co.*, 156 U.S. 1 (1895) [Электронный ресурс] // URL: <https://supreme.justia.com/cases/federal/us/156/1/> (дата обращения: 30.11.2023).

² *Addyston Pipe & Steel Co. v. United States*, 175 U.S. 211 (1899) [Электронный ресурс] // URL: <https://supreme.justia.com/cases/federal/us/175/211/> (дата обращения: 30.11.2023).

³ *Swift & Co. v. United States*, 196 U.S. 375 (1905) [Электронный ресурс] // URL: <https://supreme.justia.com/cases/federal/us/196/375/> (дата обращения: 11.11.2023).

⁴ Интересно, что почти тридцать лет спустя, рассматривая аналогичное дело против *Swift & Co.* (1932), суд уделяет больше внимания экономической оценке и отмечает, что сама по себе большая доля на рынке не нарушает Закон Шермана, если только она не образует монополию, но даже в отсутствие оной значительный охват рынка включает в себе возможности для злоупотреблений, которые нельзя игнорировать, если было доказано, что такая возможность уже использовалась в прошлом (см. подробнее: *United States v. Swift & Co.*, 286 U.S. 106 (1932) [Электронный ресурс] // URL: <https://supreme.justia.com/cases/federal/us/286/106/> (дата обращения: 11.11.2023)).

все¹. Данное положение впоследствии легло в основу оценки доминирующего положения как самого по себе не запрещенного явления. Примечательно, что в решении по данному делу суд активно использует термин «dominancy» (с англ. – господство) в качестве категории, описывающей превалирующую рыночную, экономическую власть компании на товарном рынке².

Таким образом, можно предположить, что именно в эпоху прогрессивизма в американской антимонопольной практике начинается исследование поведенческих граней осуществления бизнеса с позиций формирования угроз свободной конкуренции совместно с обсуждением категории «доминирование на рынке» и утверждением в качестве имманентного, неотъемлемого свойства данной категории признака обладания рыночной, экономической властью в отношении третьих лиц или рынка в целом.

Однако сам феномен доминирующего положения еще не оформляется в самостоятельную категорию, рассматривается лишь в контексте противодействия монополии трестов и не является предметом автономной правовой оценки. В начале XX века американская теория и практика имеют дело лишь с констатацией факта возможного доминирования, сформированного в рамках организации трестов или в результате антиконкурентного сговора, в отсутствие подробного экономического анализа рынка, предполагающего более четкое установление связей между долей компании на рынке и тем объемом рыночной власти, который таковая порождает.

Вступив в период господства идей Гарвардской школы (1930-е – конец 1960 гг.), антимонопольная доктрина и антитрестовское законодательство США сохранили курс на минимизацию рисков монополизации рынков со стороны

¹ Standard Oil Co. Of New Jersey v. United States (1911) [Электронный ресурс] // URL: <https://www.law.cornell.edu/supremecourt/text/221/1> (дата обращения: 22.03.2022).

² Аналогичный подход относительно использования категории «dominancy» в значении господства на рынке суд применяет и в деле United States v. American Tobacco Co. (1911 г.) (см. подробнее: United States v. American Tobacco (1911) [Электронный ресурс] // URL: <https://casetext.com/case/united-states-v-american-tobacco-co-2> (дата обращения: 22.03.2022)). Однако в рассматриваемом временном промежутке также встречается и другая практика, в частности, по делу United States v. Reading Co. (1920), где суд, при решении вопроса о незаконной монополизации рынка, говорит о доминировании несколько в ином значении – как об «осуществлении доминирующего контроля» («dominant control»), «доминирующей власти» («dominant power») холдинговой компании в отношении дочерних (см. подробнее: United States v. Reading Co. (1920) [Электронный ресурс] // URL: <https://casetext.com/case/united-states-v-reading-co> (дата обращения: 29.09.2023)).

крупных капиталистических структур. Нормативный массив дополняется новыми законодательными актами:

1) Законом Робинсона-Патмана 1936 г., направленным на борьбу с любого рода ценовой дискриминацией и практикой «хищнического ценообразования», причиняющей вред конкуренции¹;

2) Законом Селлера-Кефавера 1950 г., запрещающим практически любые сделки слияний и поглощений (как вертикальные, так и горизонтальные), даже если это не приводит к формированию монопольных структур².

Основными идеологами Гарвардского направления стали Дж. Бейн, Э. Мейсон. Они утверждали, что вероятность антиконкурентной деятельности на рынках тем выше, чем сильнее концентрация на них. Именно поэтому они выступали с отрицательной оценкой экономической концентрации и создания по результатам сделок слияний и поглощений доминирующих игроков, хотя это могло привести к снижению издержек производства для более мелких фирм и уровня цен для потребителей³. В контексте сказанного интересно, что именно в период Гарвардской школы для оценки уровня концентрации рынка было предложено использовать индекс Херфиндаля-Хиршмана (ННН), актуальный по сей день⁴.

Данные ученые также внесли большой вклад в анализ признаков образования монополистических структур, одним из которых признавалось наличие возможностей по контролю рынка – того элемента, через который сегодня определяются качественные критерии доминирования. Более того, Дж. Бейн отдельное внимание уделял исследованию барьеров по входу на товарный рынок как индикаторов ограничения свободной конкуренции, порождаемых доминирующими фирмами: в качестве таковых он определяет барьер дифференциации продукта, когда производимый крупными компаниями товар

¹ Discriminatory Pricing and the Robinson-Patman Act: Brief Background and Analysis [Электронный ресурс] // URL: <https://www.everycrsreport.com/reports/R40146.html> (дата обращения: 22.03.2022).

² Celler-Kefauver Act Definition [Электронный ресурс] // URL: <https://www.investopedia.com/terms/c/celler-kefauver-act.asp> (дата обращения: 22.03.2022).

³ T.A. Piraino Jr. Reconciling the Harvard and Chicago Schools: A New Antitrust Approach for the 21st Century // Indiana Law Journal. 2007. Vol. 82. Is. 2. Article 4. P. 349.

⁴ Соколова Е.В. Теоретические основы формирования конкурентной политики // Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент. 2012. № 4. С. 87.

наделяется уникальными свойствами и характеристиками, которые сложно воспроизвести; абсолютное преимущество действующих участников рынка в издержках на единицу продукции; экономию на масштабе¹.

Данный период представляет интерес так называемой «экономизацией» антиконкурентных споров: суды начинают оценивать не только поведение фирм с позиций его корреляции с правовыми антиконкурентными запретами, но и более активно внедрять элементы экономического анализа для решения вопроса о наличии возможного искажения свободной конкуренции на нем. Все чаще на первом плане рассматривается не просто качественная, но количественная сторона вопроса: какая доля рынка приходится на организацию, обвиняемую в совершении антимонопольного нарушения?

Например, в постановлении по делу *United States v. Aluminum Co. of America* (1945) судья Л. Хэнд, признавая незаконными действия Алсоа по монополизации рынка чистого алюминия, впервые указывает, что доли рынка в размере 90% достаточно для установления факта образования монополии и само по себе обладание проистекающей из этого возможностью по контролю цен на рынке является незаконным, даже если монополия возникла естественным путем в отсутствие какой-либо запрещенной договоренности².

Анализируя антиконкурентный сговор по монополизации рынка табачной продукции в рамках дела *American Tobacco Co. v. United States* (1946), суд аналогично обращает внимание на количественные показатели, отмечая, что на долю «Большой тройки» – *American Tobacco*, *Liggett & Myers Tobacco* и *R.J. Reynolds Tobacco* – приходится 80 % рынка, и каждая из них демонстрирует заметное доминирование на рынке, то есть наличие монопольной власти на рынке обосновывается именно через ту долю рынка, которая приходится на его участника³.

¹ Bain J.S. *Barriers to New Competition*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1956. P. 43; Andreano R.L., Warner S.L. *Professor Bain and Barriers to New Competition* // *The Journal of Industrial Economics*. 1958. Vol. 7. № 1. P. 67.

² *United States v. Aluminum Co. of America*, 148 F.2d 416 (2d Cir. 1945) [Электронный ресурс] // URL: <https://law.justia.com/cases/federal/appellate-courts/F2/148/416/1503668/> (дата обращения: 30.11.2023).

³ *American Tobacco Co. v. United States*, 328 U.S. 781 (1946) [Электронный ресурс] // URL: <https://supreme.justia.com/cases/federal/us/328/781/#811> (дата обращения: 11.11.2023).

При квалификации действий компаний Yellow Cab и Checker, вступивших в антиконкурентный сговор на рынке предоставления услуг такси в целях его монополизации, суд сопоставляет общее количество доступных к выдаче лицензий такси в Чикаго и количество лицензий у данных фирм, делая вывод о том, что на долю нарушителей приходится 86 % лицензий от их общего количества, поэтому конкуренты с него практически устранены¹. Похожая количественная оценка встречается в деле *United States v. Columbia Steel Co.* (1948) при исследовании объемов производства и продаж сталелитейной продукции, приходящейся на компании-нарушителей².

Подобный взгляд просматривается и в «Голливудском» деле, или *United States v. Paramount Pictures, Inc.* (1948), где при рассмотрении соглашений об эксклюзивности приводятся данные о количестве кинотеатров, подконтрольных киностудиям-ответчикам: не менее 70 % в 92 городах страны³. Более того, в этом же решении анализируется тезис о возможности холдинговых кинокомпаний иметь индивидуальную или коллективную монополию на кинопоказ – возможно, именно с позиций оценки их индивидуального или коллективного доминирования, – и его ключевым итогом становится разделение компании Paramount Pictures Inc. на несколько самостоятельных фирм.

Важно отметить, что вышеприведенные материалы судебной практики являют собой одни из первых попыток оценки доли хозяйствующего субъекта на рынке, или количественного элемента, в дополнение к оценке собственно действий организации, с целью понять, действительно ли поведение компании приводит к антиконкурентным последствиям и создает угрозу свободным рынкам. Аналитические данные по долям на рынке, которые приводятся в данных материалах, рассматриваются как в контексте антиконкурентных сговоров, так и, по мере усиления борьбы с концентрацией капиталов, – в разрезе оспаривания

¹ *United States v. Yellow Cab Co.* (1947) [Электронный ресурс] // URL: <https://supreme.justia.com/cases/federal/us/332/218/> (дата обращения: 29.09.2023).

² *United States v. Columbia Steel Co.*, 334 U.S. 495 (1948) [Электронный ресурс] // URL: <https://supreme.justia.com/cases/federal/us/334/495/> (дата обращения: 30.09.2023).

³ *United States v. Paramount Pictures, Inc.*, 334 U.S. 131 (1948) [Электронный ресурс] // URL: <https://supreme.justia.com/cases/federal/us/334/131/> (дата обращения: 30.09.2023).

сделок экономической концентрации. Поскольку на период вынесения указанных судебных решений американское антитрестовское законодательство и практика не знали в качестве самостоятельной категорию доминирования на рынке, равно как и запретов злоупотребления доминирующим положением, незаконные действия компаний такой квалификации не получали, хотя, по существу, особенно с позиций современной оценки, многие дела сводились к формированию ситуации индивидуального (как результат слияния и поглощения конкурентов) или коллективного (в контексте реализации стратегии антиконкурентного сговора) доминирования на определенном товарном рынке и извлечению из такого положения необоснованных, ограничивающих конкуренцию выгод.

Тенденции более активного внедрения экономического анализа рынков при рассмотрении антимонопольных споров на данном этапе также проявляются и в следующих знаковых делах:

1) в деле *United States v. E. I. du Pont de Nemours & Co.* (1956), известным как «Целлофановое дело»¹, где впервые подробно исследуются продуктовые и географические границы спорного рынка, а квалификация фактического поведения компании по монополизации отрасли в качестве допустимого становится возможной благодаря определению рынка не просто по одному производимому исключительно *E. I. du Pont de Nemours & Co.* товару – целлофану, но по принципу выявления и установления целой группы однородных, или взаимозаменяемых с позиций потребительских свойств товаров – эластичных упаковочных материалов в целом, к которым, помимо целлофана, были отнесены различные виды бумаги, фольги и других материалов. Такой подход позволил снизить долю компании *E. I. du Pont de Nemours & Co.* на выбранном рынке, снять ее «вуаль» монополиста и связанные с этим обвинения в нарушении Закона Шермана 1890 г.²

2) дело *Brown Shoe Co., Inc. v. United States* (1962), в котором суд признал недопустимым слияние, а именно вертикальную интеграцию, производителя и

¹ *United States v. E. I. du Pont de Nemours & Co.* (1956) [Электронный ресурс] // URL: <https://supreme.justia.com/cases/federal/us/351/377/> (дата обращения: 29.09.2023).

² Савицкая Е.В. Экономический анализ современных рынков [Текст]: учеб. пособие / Е.В. Савицкая, Е.В. Лебединская; Гос. ун-т – Высшая школа экономики. – 2-е изд. – М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2008. С. 80.

розничных продавцов товаров на рынке розничной купли-продажи мужской, женской и детской обуви, хотя бы доля компании в 47 городах составила лишь 5 % от общего объема рынка. Суд указал, что «доля рынка, которую компании могут контролировать путем слияния, является одним из наиболее важных факторов, которые следует учитывать при определении вероятного воздействия вертикально интегрированного объединения на эффективную конкуренцию на соответствующем рынке»¹.

Интересно, что данное дело, в котором слияние компаний было признано незаконным даже при низкой доле рынка, не является единичным. К нему примыкают получившие оценку в качестве антиконкурентных слияние банков Philadelphia National Bank и Girard Trust Corn Exchange Bank, хотя бы на их долю среди всех коммерческих банков в Филадельфии пришлось только 30 % рынка, при том, что в практике или законодательстве не были определены пороговые значения долей, свидетельствующие об антиконкурентных последствиях экономической концентрации на рынке². Аналогичную оценку получило присоединение Shopping Bag Food к Von's Grocery Company на рынке продуктового ретейла с общей рыночной долей объединенной компании лишь в 7,5 %³.

Неопределенность в критериях квалификации сделок экономической концентрации в качестве допустимых по антимонопольному законодательству, особенно с позиций оценки количественных показателей, долей компаний на рынке, вызвала появление «Руководства по слияниям» (1968) Министерства юстиции и ФТК США. В данном документе фактически формируется «дорожная карта» экономического анализа рынков для оспаривания сделок экономической концентрации регулятором:

1) отправная точка – определение рынка через установление его продуктовых границ, направления коммерческой деятельности («product

¹ Brown Shoe Co., Inc. v. United States, 370 U.S. 294 (1962) [Электронный ресурс] // URL: <https://supreme.justia.com/cases/federal/us/370/294/#F71> (дата обращения: 30.09.2023).

² United States v. Philadelphia Nat'l Bank, 374 U.S. 321 (1963) [Электронный ресурс] // URL: <https://supreme.justia.com/cases/federal/us/374/321/> (дата обращения: 30.09.2023).

³ United States v. Von's Grocery Co., 384 U.S. 270 (1966) [Электронный ресурс] // URL: <https://supreme.justia.com/cases/federal/us/384/270/> (дата обращения: 30.09.2023).

dimension» or «line of commerce»), а также территории страны, где она осуществляется («geographic dimension», or «section of the country»);

2) далее, при оценке горизонтальных слияний – решение вопроса о том, является ли рынок высококонцентрированным (четыре крупнейших компании занимают 75 % рынка и более), менее высококонцентрированным (четыре крупнейших компании занимают менее 75 % рынка), либо рынком, имеющим тенденции к концентрации (рыночная доля любой группы крупнейших компаний на рынке, от двух до восьми лидирующих фирм, увеличилась примерно на 7 % или более за 5–10 лет до слияния). Если рынок является высококонцентрированным, то, например, доля присоединяемой компании на рынке не может превышать 2 %, если компания-приобретатель уже занимает 10 % рынка и более;

3) при оценке вертикальных слияний – установление рисков увеличения барьеров по входу на рынок в результате сделки (например, исключается ли равный доступ к потенциальным клиентам и поставщикам, сдерживается ли искусственно рост других игроков на рынке и пр.)¹.

Таким образом, основным итогом развития антимонопольного законодательства, практики и доктрины в период Гарвардской школы стало продолжающееся усиление позиций о необходимости регулирования рынков, а также безусловное расширение граней экономико-правового анализа в рамках антимонопольных дел, особенно в части установления доли предприятия на рынке с позиций его потенциального доминирования.

Однако идеи Гарвардской школы об усилении государственного вмешательства в рыночный механизм с началом 1970-х гг. уступают место прямо противоположным взглядам Чикагской школы права и экономики под представительством Р. Борка, Р. Познера, Ф. Истербрука, выступающих за приоритетную роль саморегулирования рынков, при этом:

¹ Merger Guidelines (1968). The United States Department of Justice Archives [Электронный ресурс] // URL: <https://www.justice.gov/archives/atr/1968-merger-guidelines> (дата обращения: 30.10.2023).

1) с концептуальной точки зрения происходит более тонкая настройка «правила разумности»: монопольно высокие цены уже не считаются вызовом для конкуренции, если при этом сохраняются низкие барьеры по входу на рынок;

2) формируется позиция о возможности признания поведения одной доминирующей фирмы допустимым, если при этом повышается эффективность экономики и создается польза потребителям¹;

3) исследование размера долей на рынке играет все более важную роль при решении вопроса о наличии монопольной рыночной власти у лица, и, хотя четко установленных границ такой доли не выводится, необходимые показатели рыночной доли снижаются до 50 % рынка и ниже в сравнении с практикой прошлых лет²;

4) более детально исследуется и сущность монопольной власти, которая трактуется как значительная власть над рынком³, как крайне высокая степень рыночной власти⁴;

5) при рассмотрении дел, связанных с антиконкурентным поведением индивидуально доминирующих предприятий, наблюдается расцвет идей о недопустимости ограничения доступа к принадлежащей монополисту критической инфраструктуре: сказанное оформляется в концепцию ключевых мощностей

¹ Существует мнение, что именно вследствие такого лояльного подхода, имплементированного в практику антимонопольных органов США во второй половине XX в. и появилась проблема формирования и последующего доминирования цифровых гигантов, оказывающих сегодня значительное влияние на ход экономических и политических процессов и захватывающих экономику через сделки слияния и поглощения (см. подробнее: Голомолзин А.Н. Исторические уроки защиты конкуренции // Российское конкурентное право и экономика. 2019. № 4. С. 12.).

² Если ранее, в 1940-е гг., считалось, что для подтверждения факта обладания монопольной властью на рынке достаточно иметь долю в размере 90% (см. подробнее *United States v. Aluminum Co. of America*, 148 F.2d 416 (2d Cir. 1945)...), то в 1980-е гг. данный подход трансформируется: попытка монополизировать рынок может иметь место и в том случае, если доля компании на рынке составляет менее, чем 50%, в силу иных доказательств, например, возможностей по исключению конкурентов с рынка, влиянию на уровень цен и др. (см., например, *Hayden Publ'g Co., Inc. v. Cox Broad. Corp.*, 730 F.2d 64, 69 n.7 (2d Cir. 1984) [Электронный ресурс] // URL: <https://case-law.vlex.com/vid/hayden-pub-co-inc-889979721> (дата обращения: 01.12.2023); *Colo. Interstate Gas Co. v. Natural Gas Pipeline Co. of Am.*, 885 F.2d 683, 694 (10th Cir. 1989) [Электронный ресурс] // URL: <https://casetext.com/case/colorado-interstate-gas-v-natural-gas> (дата обращения: 01.12.2023); *Domed Stadium Hotel, Inc. v. Holiday Inns, Inc.*, 732 F.2d 480, 490 (5th Cir. 1984) [Электронный ресурс] // URL: <https://casetext.com/case/domed-stadium-hotel-inc-v-holiday-inns-inc-2> (дата обращения: 01.12.2023)).

³ См.: *Bacchus Indus., Inc. v. Arvin Indus., Inc.*, 939 F.2d 887, 894 (10th Cir. 1991) [Электронный ресурс] // URL: <https://casetext.com/case/bacchus-industries-v-arvin-industries> (дата обращения: 01.12.2023).

⁴ См.: *Deauville Corp. v. Federated Dep't Stores, Inc.*, 756 F.2d 1183, 1192 n.6 (5th Cir. 1985) [Электронный ресурс] // URL: <https://casetext.com/case/deauville-corp-v-federated-dept-stores> (дата обращения: 01.12.2023).

(«essential facilities doctrine»), или в принцип «бутылочного горлышка» («bottleneck principle»)¹.

В контексте изложенного представляется, что блок антимонопольной практики, связанный с расследованием дел по антиконкурентным сговорам, а также с оспариванием сделок экономической концентрации с сопутствующим тому установлением границ товарного рынка, оценкой долей его участников и рисков возведения барьеров по входу на рынок, в конечном итоге, образовал правовой инструментарий для борьбы с теми доминирующими игроками, относительно которых не исключаются риски искажения свободной и честной конкуренции и в отношении которых корень соответствующих опасений произрастает из приходящегося на них части рынка.

Казалось бы, какое отношение к развитию идей об оценке доминирующего положения и постепенном выделении его в самостоятельную категорию имеют вопросы антиконкурентных сговоров и экономической концентрации, достигнутой в результате заключения сделок слияния и поглощения? Анализ исторического развития американского антитрестовского законодательства и правоприменительной практики позволяет выявить следующие закономерности:

1) расцвет рынков и сопутствующий тому высокий уровень конкуренции за потребителей и средства производства приводят к тому, что предприятия, желая одержать победу в сложной конкурентной борьбе и просто выжить, вынуждены объединять усилия для противостояния иным участникам рынка: либо через

¹ См. подробнее: *Hecht v. Pro-Football, Inc.*, 570 F.2d 982 (D.C. Cir. 1997) [Электронный ресурс] // URL: <https://casetext.com/case/hecht-v-pro-football-inc> (дата обращения: 01.12.2023). Хотя, по справедливым замечаниям С. В. Головановой, идейная основа данной доктрины зародилась еще в 1912 г. при вынесении решения по делу против *Terminal Railroad Ass'n* с сопутствующим тому возложением на нарушителя обязанности предоставить иным железнодорожным компаниям доступ к железнодорожному мосту через реку Миссисип, сам термин «ключевые мощности» впервые прямо упоминается в деле *Hecht v. Pro-Football* (1977 г.) при признании незаконными действий ответчика по исключению доступа потенциальной команды конкурента к единственному подходящему для проведения профессиональных футбольных игр стадиону на рынке профессионального футбола в столичном округе Вашингтона (см.: Голованова С.В. Доктрина ключевых мощностей в российской антимонопольной политике: основания и риски применения // *Экономическая политика*. 2013. № 3. С. 128; *United States v. Terminal Railroad Ass'n*, 224 U.S. 383 (1912) [Электронный ресурс] // URL: <https://supreme.justia.com/cases/federal/us/224/383/> (дата обращения: 01.12.2023)). Впоследствии доктрина ключевых мощностей на этапе Чикагской школы достигла своего апогея в деле *Aspen Skiing Co. против Aspen Highlands Skiing Corp.* (1985), в котором Верховный суд постановил, что оператор трех горнолыжных курортов в Аспене, штате Колорадо, должен разрешить гостям четвертого, меньшего курорта, получать доступ к курортам более крупного оператора в рамках совместного «пакетного» предложения (см.: *Aspen Skiing Co. v. Aspen Highlands Skiing Corp.*, 472 U.S. 585 (1985) [Электронный ресурс] // URL: <https://supreme.justia.com/cases/federal/us/472/585/> (дата обращения: 01.12.2023)).

тресты, либо через теневые антиконкурентные сговоры, либо путем заключения сделок по приобретению компаний-конкурентов или слиянию с ними;

2) объединение капиталов одним из указанных способов неизбежно приводит к их концентрации, в которой начинают проявляться тенденции к монополизации рынка с формированием преобладающего положения на рынке, преимущества которого используются в антиконкурентных целях;

3) в ответ на такую экономическую консолидацию, по причине сокращения количества независимых и свободных игроков, рынок сталкивается с падением уровня конкуренции, как следствие – с ухудшением условий работы для иных игроков, падением благосостояния потребителей при всевозрастающем благосостоянии отдельных крупных капиталистических структур, зарабатывающих на подорванной конкуренции, что не может не сказываться на развитии экономики отдельных штатов или всего государства;

4) поскольку негативные последствия ограничения конкуренции приобретают масштабный характер и, в конечном итоге, затрагивают не просто интересы отдельных частных лиц, но и интерес публичный, основанный на необходимости обеспечения экономического развития государства, последнее закономерным образом реагирует на негативные тенденции в рынке и попытки его монополизации, прежде всего – через выявление и нивелирование причин, ее вызвавших;

5) так как первыми и наиболее очевидными причинами, по которым появление представляющих угрозу рынку монополий явилось возможным, являются тресты, антиконкурентные сговоры и сделки слияния и поглощения, государство начинает регулировать общественные отношения в данной области: разукрупнять монополистические структуры (прежде всего, тресты), которые уничтожают свободные рынки; запрещать любые сговоры против конкурентов; запрещать и (или) иным образом регулировать слияние и (или) поглощение предприятий, если в итоге может быть создан монополист;

6) однако даже вопреки введенным инструментам, предприятия, демонстрирующие устойчивые тенденции к монополизации рынков и занимающие

значительную долю на них, в экономике сохраняются: далеко не всегда их появление становится результатом антиконкурентных сговоров или сделок и часто является закономерным итогом самостоятельного роста и развития отдельно взятой фирмы;

7) специальных инструментов для работы с такими крупными игроками нет, пусть их поведение и может противоречить основам свободной и честной конкуренции. Однако есть накопленный к началу 1970-х гг. опыт борьбы с антиконкурентными сговорами и опыт оспаривания сделок экономической концентрации, где постепенно сформировался подход, по которому для установления факта антимонопольного нарушения нужно, во-первых, дать экономический анализ товарного рынка с установлением его границ, а также долей участвующих на нем субъектов; во-вторых, представить оценку поведения потенциального нарушителя, в частности, с позиций реализации возможностей по влиянию на рынок и его потенциальных последствий, который в конечном итоге оформляется в самостоятельный инструмент работы с такими индивидуально доминирующими предприятиями. На базе достижений антимонопольной практики в области антиконкурентных сговоров и оспаривания сделок экономической концентрации происходит поэтапная кристаллизация двухэлементной критериальной системы определения доминирующего положения хозяйствующего субъекта на товарном рынке с вытекающими из этого запретами злоупотребления доминирующим положением, оформляющихся в третью, самостоятельную линию работы по противодействию незаконной монополистической деятельности.

Такая трансформация правовых доктрин при переходе от идей Чикагской школы к концепциям Постчикагского периода фактически пришлась на одну из ключевых точек третьей промышленной революции, ознаменованной развитием компьютерных сетей и зарождением основ цифровой экономики¹. По замечанию

¹ Как отмечает А.А. Мальцев, новые промышленные революции формируются тогда, когда появляются кластеры базисных инноваций – технологии и товары, качественно отличающиеся от производимых ранее (см. подробнее: Мальцев А.А. От третьей промышленной революции — к четвертой (сравнительный обзор концепций) // *AlterEconomics*. 2022. Т. 19. № 1. 131-146). Сказанное находит подтверждение в идеях К. Шваба: по его мнению, начало третьей промышленной революции приходится на 1960-е годы – время научных прорывов в микроэлектронике и качественно новом совершенствовании технологий полупроводников. По указанию автора, третья промышленная революция в последующем также характеризует развитие больших ЭВМ, персональных

Н. Негропonte, цифровая экономика явила собой переход от «...движения атомов к движению битов...которые не имеют цвета, размера или веса и могут передвигаться со скоростью света»¹. «Все, что производится людьми, включая еду, будет иметь вычислительный аспект» – заявлял автор². Данные тезисы нашли отдельное подтверждение в реальном мире, где доля товаров и услуг, реализуемых посредством Интернет-технологий и цифровых платформ, постоянно растет³.

Связанные с развитием информационных технологий изменения в способах ведения экономической деятельности сказались и на приемах достижения и удержания доминирования на товарных рынках: например, наращивание рыночной власти в эпоху Интернета все чаще начали ассоциировать с сильными сетевыми эффектами, а одним из новых барьеров для входа на рынок стало обладание большим накопленным массивом пользовательских данных. Безусловным вызовом для конкуренции явилось распространение цифрового платформенного бизнеса в различных отраслях экономики, особенно в сфере онлайн-торговли товарами, работами, услугами.

Поэтому в дальнейшем, в эпоху Постчикагской и Неочикагской школы, американская антимонопольная традиция видит рост вызов в противостоянии цифровым монополиям и разработке специального инструментария для идентификации их доминирования. Все больше авторов, например, С. Сэллоп, выступают за усиление интервенционистского подхода государства к

компьютеров и сети Интернет, ставшее причиной фундаментальных изменений в экономических системах (см. подробнее: Шваб К. Четвертая промышленная революция / К. Шваб — «Эксмо», 2016. С. 11.). В целом, по замечанию Е.В. Балацкого, эпоха третьей промышленной революции охватывает временной промежуток с 1960 года по 2010 год (см. подробнее: Балацкий Е.В. Глобальные вызовы четвертой промышленной революции // Terra Economicus, 2019. № 17(2). С. 6–22).

¹ См. подробнее: Negroponte N. Being Digital (Alfred A. Knopf. New York, 1995) [Электронный ресурс] // URL: <https://web.stanford.edu/class/sts175/NewFiles/Negroponte.%20Being%20Digital.pdf> (дата обращения: 20.02.2025). Среди исследователей принято считать, что именно Н. Негропonte в 1995 г. впервые предложил определение понятия цифровой экономики (см., например: Баранов Д.Н. Сущность и содержание категории «цифровая экономика» // Вестник Московского университета имени С. Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление. 2018. № 2(25). С.15-23; Овчинников А.И., Фатхи В.И. Право и цифровая экономика: основные направления взаимодействия // Философия права. 2018. № 3(86). С. 128-134; и др.). Вместе с тем, высказывается мнение, что изначально содержание термина «цифровая экономика» определил Д. Тапскотт в 1994 г. в одноименной книге, как экономики, основанной на использовании информационных компьютерных технологий (см. подробнее: Ищенко М.В. Цифровая экономика в теоретическом аспекте // Вестник Сибирского института бизнеса и информационных технологий. 2020. № 4 (36). С. 20-26).

² Negroponte N. From Being Digital to Digital Beings // IBM Systems Journal. Vol. 39. Issue 3.4. 2000. P. 418.

³ Ассоциация компаний Интернет-торговли (АКИТ). Рынок e-commerce по годам [Электронный ресурс] // URL: <https://akit.ru/analytics/analyt-data> (дата обращения: 20.02.2025).

регулированию доминирующего положения владельцев цифровых платформ, оценке объема данных, которыми обладают компании, при решении вопроса о возможном доминировании на рынке и их возможности злоупотреблять имеющейся рыночной властью на цифровых рынках¹. Возбуждаются антимонопольные дела против таких цифровых гигантов, как Google, Apple, Amazon, где наблюдается трансформация экономического анализа в вопросах установления рыночной власти владельца цифровой платформы: значительное внимание уделяется оценке роли сетевых эффектов при достижении платформенным бизнесом лидирующих позиций на рынке².

Таким образом, в аспекте исторического анализа правового регулирования доминирующего положения хозяйствующего субъекта на рынке в науке конкурентного права США можно выделить такие особенности, как зарождение доктринальных и нормативных основ в области регулирования доминирующего положения на товарных рынках в ответ на всевозрастающую монополизацию экономики, создание угроз свободной конкуренции и благосостоянию потребителей.

Разработанное в США «правило разумности» стало основополагающим при оценке доминирования, и в последующем было воспринято при создании национального антимонопольного законодательства ряда зарубежных стран, например Германии, которая к моменту формирования первых европейских интеграционных структур являлась единственной страной, в которой уже был принят национальный закон о защите конкуренции.

В 1947 г. в Западной Германии, под влиянием американской доктрины, принимаются законы о декартелизации экономики, в том числе для целей деконцентрации немецкой промышленности, путем разделения крупных

¹ Salop S.C. Dominant Digital Platforms: Is Antitrust Up to the Task? // Yale Law Journal Forum, Vol. 130. 2021. Pp. 563-587.

² Justice Department Sues Google for Monopolizing Digital Advertising Technologies [Электронный ресурс] // URL: <https://www.justice.gov/opa/pr/justice-department-sues-google-monopolizing-digital-advertising-technologies> (дата обращения: 01.12.2023); United States v. Apple, Inc., No. 13-3741 (2d Cir. 2015) [Электронный ресурс] // URL: <https://law.justia.com/cases/federal/appellate-courts/ca2/13-3741/13-3741-2015-06-30.html> (дата обращения: 01.12.2023); FTC Sues Amazon for Illegally Maintaining Monopoly Power [Электронный ресурс] // URL: <https://www.ftc.gov/news-events/news/press-releases/2023/09/ftc-sues-amazon-illegally-maintaining-monopoly-power> (дата обращения: 01.12.2023).

предприятий на ряд более мелких, а уже 1 января 1958 г. вступает в силу закон о борьбе с ограничениями конкуренции, охвативший три сферы: запрет антиконкурентных соглашений, контроль за злоупотреблением доминирующим положением и контроль за процессом слияния предприятий на рынке¹. При этом само по себе доминирующее положение не запрещалось, а наказывалось именно злоупотребление имеющейся рыночной властью, что соответствовало американской доктрине «правила разумности»². Аналогичный подход в части регулирования доминирующего положения был воспринят и на уровне наднационального европейского законодательства, в частности, в нормах Парижского договора об учреждении Европейского объединения угля и стали (ЕОУС) от 1951 г.³, Римского договора об учреждении Европейского экономического сообщества от 1957 г.⁴, отраслевых регламентов (например, Регламент 17/62 (или Правило № 17)⁵ и, в настоящее время, – в нормах ст. 102 Договора о функционировании Европейского Союза (в редакции соответствующих соглашений)⁶. При этом антимонопольные нормы европейского наднационального законодательства, в отличие от американского подхода, демонстрируют большую направленность на придание конкретизации запретам злоупотребления доминирующим положением, прямо перечисляя и запрещая отдельные формы такового (например, прямое или косвенное навязывание несправедливых цен купли или продажи, или иных несправедливых условий

¹ Некоторые исследователи отмечают, что для более активного продвижения американских идей в антимонопольного регулирования на подконтрольных США западных территориях Германии американцы спонсировали миссии по обучению и «идеологической обработке» ведущих немецких экспертов и специалистов в данной области, а когда процесс принятия национального закона о защите конкуренции замедлился, США избрали более жесткую стратегию – пригрозили ввести свою собственную версию антикартельного законодательства в условиях, когда ранее, в традиционной немецкой экономико-правовой парадигме, картели расценивались как допустимый способ организации промышленности и даже поощрялись государством (см. подробнее: Djelic M.L., Quack S. Adaptation, Recombination and Reinforcement: The Story of Antitrust and Competition Law in Germany And Europe, 2005 // URL: https://www.researchgate.net/publication/328274136_Adaptation_Recombination_and_Reinforcement_The_Story_of_Antitrust_and_Competition_Law_in_Germany_And_Europe (дата обращения: 20.01.2021); + диссертация по картелям).

² Ж. Демм. Реформа немецкого законодательства о защите конкуренции // Lex Russica. 2015. № 12 (Том CIX). С. 126.

³ Договор об учреждении Европейского объединения угля и стали 1951 г. // URL: <http://docs.cntd.ru/document/901771691> (дата обращения: 21.01.2021).

⁴ Договор об учреждении Европейского экономического сообщества 1957 г. (Римский договор 1957 г.) // URL: <http://docs.cntd.ru/document/901771692> (дата обращения: 21.01.2021).

⁵ Regulation № 17. First Regulation implementing Articles 85 and 86 of the Treaty (1962) // URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:31962R0017&from=EN> (дата обращения: 21.01.2021).

⁶ Договор о функционировании Европейского Союза (Рим, 25 марта 1957 г.) (в редакции Лиссабонского договора 2007 г.) (2016/C 202/01) // URL: <http://base.garant.ru/71715364/> (дата обращения: 21.01.2021).

торговли и пр.). Кроме того, значительная роль в развитии указанных положений отводится Европейскому Суду, который в одном из первых дел по злоупотреблению доминирующим положением отметил, что перечень возможных злоупотреблений носит открытый характер и поведение оценивается каждый раз отдельно с точки зрения возможных антиконкурентных последствий¹.

Также на текущий момент в Европейском союзе отдельное внимание уделяется регулированию доминирующего положения владельцев крупных цифровых платформ, так называемых «привратников», которые должны соблюдать ряд антимонопольных запретов в соответствии с Законом о цифровых рынках, вступившим в силу с 1 ноября 2022 г.².

В отличие от американского и западно-европейского подхода к развитию теории и практики антимонопольного регулирования доминирующего положения и связанных с этим правовых запретов, история становления антимонопольного законодательства России, в том числе в указанной части, прошла свой путь, несколько отличный от зарубежного в силу объективных экономических причин.

По мнению Д.И. Серегина, генезис российской науки конкурентного права и отечественного антимонопольного законодательства включает следующие этапы:

¹ Europemballage Corporation and Continental Can Company Inc. v Commission of the European Communities. - Case 6-72. [Электронный ресурс] // URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A61972CJ0006> (дата обращения: 21.01.2023).

² «Привратником» (англ. «gatekeeper») в соответствии со статьей 1 Закона о цифровых рынках признается предприятие, которое оказывает значительное влияние на внутренний рынок, предоставляет ключевой платформенный сервис для взаимодействия бизнес-пользователей и конечных пользователей и занимает прочное и устойчивое положение при осуществлении своей деятельности или может занять такое положение в ближайшем будущем. При этом презюмируется, что предприятие становится «привратником», если: а) в течение 3-х последних финансовых лет показатели годового оборота предприятия на территории ЕС составили 7,5 млрд. евро и более (за каждый финансовый год), либо средняя рыночная капитализация предприятия или эквивалентная тому справедливая рыночная стоимость составляли не менее 75 млрд. евро в последнем финансовом году, а основные платформенные услуги предоставляются предприятием минимум в 3-х государствах-членах ЕС; б) количество ежемесячно активных конечных пользователей ключевых платформенных услуг за последний финансовый год составляет не менее 45 млн. чел., а ежегодное количество активных бизнес-пользователей данных услуг – не менее 10 млн. ед., при этом в расчете учитываются только аудитория ЕС; в) при наличии условий, указанных в пункте «б» выше, на протяжении 3-х последних финансовых лет, прочное и устойчивое положение компании на рынке либо возможность достижения такового презюмируются (см. подробнее: 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) [Электронный ресурс] // URL: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv%3AOJ.L_.2022.265.01.0001.01.ENG&toc=OJ%3AL%3A2022%3A265%3ATOC (дата обращения: 20.02.2025)).

1) первый этап (IX в. – конец XVIII в.): отличается низким уровнем развития экономических отношений, «точечной» правовой защитой честной конкуренции, отсутствием научного осмысления антимонопольной проблематики;

2) второй этап (начало XIX в. – 1917 г.): развиваются относительно универсальные нормы в области противодействия монополизации рынков, появляются первые научные работы по вопросам монополий и недобросовестной конкуренции, например, труды В.И. Синайского, А.А. Венедиктова, Г.Ф. Шершеневича, А.И. Каминки, В. Шретера;

3) третий этап (1917 – конец 1980-х гг.): осуществляется переход к плановой экономике, но развитие научных исследований в сфере конкурентного права продолжается в трудах В.П. Мозолина, О. А. Жидкова, Р.О. Халфиной, М.И. Кулагина, Ю. И. Свядосца, В. В. Ющюса, О.Н. Зименковой, заложивших научные основы для формирования отечественного антимонопольного законодательства на базе зарубежного опыта;

4) четвертый этап (конец 1980-х гг. – наши дни): создаются правовые основы функционирования рынков, в том числе через создание антимонопольного законодательства и системы антимонопольных органов¹. Наука конкурентного права переживает расцвет в исследованиях М.А. Егоровой, В.И. Еременко, А.Ю. Кинева, Н.И. Клейн, С.А. Парашука, Д.А. Петрова, С.А. Пузыревского и др. Отдельное внимание уделяется антимонопольному регулированию поведения владельцев цифровых платформ².

К.А. Писенко, аналогичным образом, исходя из уровня развития экономических отношений, выделяет три периода развития антимонопольного законодательства в России: монархический (с Древней Руси до революций 1917 г.), советский (с 1917 г. до начала рыночных преобразований в конце 1980-х гг.), современный (с конца 1980-х гг. по настоящее время)³.

¹ См. подробнее: Серегин Д.И. Конкурентное право России: история, современное состояние и перспективы развития // Российское конкурентное право и экономика. 2020. № 2. С. 6-15.

² См., например, Карцхия А.А. Цифровые технологические (онлайн) платформы: российский и зарубежный опыт регулирования // Гражданское право. 2019. № 3. С. 25-28.

³ Писенко К.А., Бадмаев Б.Г., Казарян К.В. Антимонопольное (конкурентное) право: учебник [Электронный ресурс] // URL: <https://cloud.consultant.ru/cloud/cgi/online.cgi?req=doc&base=CMB&n=17801#2riAOTUuGi0cQ8zm1> (дата обращения: 21.05.2024) // СПС КонсультантПлюс. 2014. С. 57.

Представляется, что изменение и трансформация правового регулирования отношений защиты и развития конкуренции во взаимосвязи с экономическими явлениями особенно прослеживается на примере ретроспективного анализа доктринальных и законодательных подходов к оценке категории «доминирующее положение».

Так, точечное правовое регулирование доминирования на рынке имело место еще в монархический период антимонопольного регулирования – во времена Петра I, – однако участники российских отраслевых рынков всегда стремились к монополизации, из-за чего практика реального применения введенных запретов активно не развивалась¹. Иногда частные монополии создавались по инициативе государства, как, например, монополия на «привоз или вывоз, всех иных людей от того отлучая, травы никоцыаны [прим. – табака]», предоставленная англичанину Перегрину Осборну, 2-му герцогу Лидскому, маркизу Кармартену².

Нормативный массив на данном историческом отрезке не знал категории доминирования хозяйствующего субъекта на рынке и критериальной системы его определения. Тем не менее, проблематика доминирования идейно получает развитие в фундаментальных научных трудах отечественных правоведов, причем зачастую применительно к оценке предпринимательских объединений. Данная линия удивительным образом коррелирует с восходящей спиралью закономерностей формирования опыта антимонопольного регулирования в зарубежной традиции, когда появление все новых антимонопольных запретов являлось реакцией на всеобъемлющий рост трестов и появление монополистических структур.

Например, в работе «Синдикаты и тресты и современная экономическая политика» И.М. Гольдштейн отмечает, что в новейшей экономике наблюдается невиданный ранее рост «громadных акционерных компаний...после исключения дающих наименьшую прибыль предприятий остальные объединяются в целях

¹ Голомолзин А.Н. Исторические уроки защиты конкуренции // Российское конкурентное право и экономика. 2019. № 4. С. 12.

² Договор с маркизом Кармартеном. [1698 г., апреля 16]. Электронная библиотека исторических документов [Электронный ресурс] // URL: <https://docs.historyrussia.org/ru/nodes/335598-dogovor-s-markizom-karmartenom-1698-g-aprelya-16#mode/inspect/page/2/zoom/4> (дата обращения: 01.12.2023).

создания для себя монопольного положения на рынке»¹. Высшей формой такой новой экономической организации стали тресты США, идеальная цель которых – «положить конец вызванной борьбой всех против всех анархии производства»². Аналогично И.М. Гольдштейн упоминает о «монопольном положении могущественных синдикатов», а также «злоупотреблениях европейских картелей»³.

А.И. Каминка указывает, что возникшие в США под влиянием конкуренции соглашения предпринимателей об ограничении производства и распределении заказов, именуемые «pools» и соответствующие европейскому термину «картель», недолго удерживали доминирующее положение: «...взаимное недоверие, обоснованное обманами и злоупотреблениями, практиковавшимися предпринимателями, обнаружили недостаточность этой формы предпринимательского соглашения»⁴. О «картельных злоупотреблениях» пишет также А.В. Венедиктов⁵.

Как можно отметить, в работах дореволюционных ученых наблюдается использование привычных для описания доминирования на рынке терминологических оборотов, но несколько в ином экономическом контексте: например, сегодня картельные соглашения нормативно не получают квалификации в формате злоупотребления, и юридическая конструкция злоупотребления картелем в российском законодательстве и правоприменительной практике не выделяется. Однако если исходить из того, что изначально в Европе, в частности, в Германии, картели рассматривались в качестве допустимой формы предпринимательского объединения, не исключено, что фактически под ситуацией

¹ И.М. Гольдштейн «Синдикаты и тресты и современная экономическая политика». Т. 1. – М.: Университетская типография на Страстном бульваре. 1907. С. 1.

² Там же. С. 2.

³ Там же. С. 3.

⁴ Каминка А.И. Очерки торгового права. Выпуск 1-й. – С.-Петербург: Издание Юридического книжного склада «ПРАВО». 1912. С. 404.

⁵ Венедиктов А.В. Избранные труды по гражданскому праву. Т. 1. Картели и синдикаты [Электронный ресурс] // URL: https://library.brsu.ru/static/bd/klassika_ros_civilizac/Elib/1619.html (дата обращения: 01.03.2023); Венедиктов А.В. Очередные вопросы в литературе гражданского права (Литературное обозрение): Картели и синдикаты / А. Венедиктов // Вестник Гражданского права. – Петроград, 1915. – № 4 (Апрель). – С. 117-145; № 5 (Май). – С. 113-140.

злоупотребления картелем содержательно понималось то, что сегодня принято считать злоупотреблением коллективным доминирующим положением¹.

Но несмотря на то, что история становления антимонопольного регулирования и его научно-практического осмысления в России насчитывает несколько ранее обозначенных периодов, именно устойчивая российская правовая традиция регулирования доминирующего положения берет свое начало лишь на современном, четвертом этапе – с 1991 г., который в науке российского конкурентного права также знаменует расцветом доктринальных подходов к осмыслению указанной категории – от ее общих начал до специфики, проявляющейся в условиях цифровой трансформации экономики (в частности, в условиях использования субъектами предпринимательской деятельности цифровых платформ с целью злоупотребления доминирующим положением на рынке).

Начало указанным процессам положили разработка и последующее принятие Закона РСФСР «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» (далее – Закон о конкуренции 1991 г.), последовавшим за возрождением свободной рыночной экономики в стране². Неоценимый вклад в концептуальное осмысление и содержательное оформление первого антимонопольного закона современной России, равно как и в развитие современной российской науки конкурентного права внесла Н.И. Клейн, усилиями которой изучалась, помимо прочего, проблематика доминирующего положения на товарном рынке по российскому антимонопольному законодательству.³

Так, в абз. 7 ч. 1 ст. 4 Закона о конкуренции 1991 г. впервые вводится понятие доминирующего положения как исключительного положения хозяйствующего субъекта на рынке определенного товара, дающее ему возможность оказывать решающее влияние на конкуренцию, затруднять доступ на рынок другим

¹ Kronstein H. I. The Dynamics of German Cartels and Patents // The University of Chicago Law Review. 1942. P. 653.

² Закон РСФСР от 22.03.1991 № 948-1 «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» (ред. от 26.07.2006) // Бюллетень нормативных актов. № 2-3. 1992; СЗ РФ. 2006. № 31 (1 ч.). Ст. 3434.

³ См. подробнее: Клейн Н.И. Антимонопольное законодательство и законодательство о естественных монополиях: проблемы применения и дальнейшего совершенствования // Право и экономика. 1998. № 1. С. 65-76.

хозяйствующим субъектам или иным образом ограничивать свободу их экономической деятельности. При этом действует ограничение: доминирующее положение не может быть установлено в случае, если доля хозяйствующего субъекта на рынке не превышает 35 %. Примечательно, что в более поздней редакции данного закона включается презумпция доминирования лица по достижении доли рынка в размере 65 % и более.

В продолжение, в данный закон вводятся общий и специальные запреты злоупотребления доминирующим положением на рынке, но если такие действия способствовали насыщению товарных рынков, улучшению потребительских свойств товаров и повышению их конкурентоспособности, в частности, на внешнем рынке, или потенциально создавали возможности таковых эффектов, то указанная де-факто «злоупотребляющая» линия поведения могла быть признана правомерной (ст. 5 Закона о конкуренции 1991 г.).

Большой интерес в части подтверждения тезиса о том, что основное назначение института государственного контроля за экономической концентрацией имеет своим ядром превенцию появления на рынке доминирующих, монополистических структур, представляет раздел 5 Закона о конкуренции 1991 г., прямо именуемый как «Предупреждение и устранение доминирующего положения хозяйствующих субъектов на товарных рынках». Здесь нормы о государственном контроле за созданием, слиянием, присоединением, преобразованием, ликвидацией хозяйствующих субъектов квалифицируются именно как антимонопольный инструментарий, способствующих предупреждению появления доминантов на товарном рынке. Его дополнением служили нормы о принудительном разделении доминирующих предприятий в случае, если их деятельность является монополистической и приводит к существенному ограничению конкуренции (ст. 19 Закона о конкуренции 1991 г.).

В развитие принятой законодательной базы, в декабре 1991 г. вводится реестр объединений и предприятий-монополистов: в него включаются хозяйствующие субъекты, доля которых на рынке превышает установленный порог

в 35 %. Таким доминирующим компаниям прямо воспрещались необоснованные действия по повышению (снижению) цен, ухудшению качества товаров, сужению ассортимента и отклонению от норм добросовестной конкуренции¹. С 1996 г. указанный перечень получает наименование «Реестр хозяйствующих субъектов, имеющих на рынке определенного товара долю более 35 %»: наблюдается поэтапная либерализация подходов к его практической имплементации².

В 1999 г. принимается Федеральный закон от 23.06.1999 № 117-ФЗ «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг»³, устанавливающий специальный порядок определения доминирующего положения на рынке финансовых услуг и специальный запрет на злоупотребления рыночной властью в указанной сфере.

По мере усложнения рыночных структур, выявления «проблемных сфер», в практике нормативного регулирования антиконкурентного поведения формируется потребность в разработке нового антимонопольного закона: в 2006 г. принимается новый Закон о защите конкуренции, ставший ядром современного российского антимонопольного законодательства. Данный нормативно-правовой акт меняет критерии определения доминирующего положения хозяйствующего субъекта на рынке, которое теперь презюмируется при достижении доли на рынке в размере 50 % и выше, и, по общему правилу признается отсутствующим при доле рынка ниже 35 %; расширяет перечень возможных форм злоупотребления доминирующим положением на рынке, а также вводит институт коллективного доминирования и критерии его оценки.

Принятые изменения затрагивают и подходы к ведению реестра доминирующих лиц: в 2007 г. устанавливаются новые правила формирования и ведения «Реестра хозяйствующих субъектов, имеющих долю на рынке определенного товара в размере более чем 35 процентов или занимающих

¹ Положение о Государственном реестре РСФСР объединений и предприятий - монополистов, действующих на товарных рынках (утв. Приказом ГКАП РСФСР от 10.10.1991 № 60) // Закон. № 4. 1995.

² Постановление Правительства РФ от 19.02.1996 № 154 «О Реестре хозяйствующих субъектов, имеющих на рынке определенного товара долю более 35 процентов» (вместе с «Порядком формирования и ведения Реестра хозяйствующих субъектов, имеющих на рынке определенного товара долю более 35 процентов») // СЗ РФ. 26.02.1996. № 9. Ст. 806; СЗ РФ. 14.02.2005. № 7. Ст. 560.

³ Федеральный закон от 23.06.1999 № 117-ФЗ «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг» // СЗ РФ. 28.06.1999. № 26. Ст. 3174; СЗ РФ. 06.02.2006. № 6. Ст. 636.

доминирующее положение на рынке определенного товара, если в отношении такого рынка федеральными законами установлены случаи признания доминирующим положения хозяйствующих субъектов»¹.

Последующими ключевыми событиями в развитии отечественного регулирования доминирующего положения на рынке с 2009 по 2023 гг. становится принятие пяти «антимонопольных пакетов», каждый из которых активно обсуждается и анализируется в науке конкурентного права, в частности, в работах М.А. Егоровой, А.Ю. Кинева, С.А. Паращука, Д.А. Петрова, С.А. Пузыревского и др.². С позиций регулирования доминирующего положения, безусловно, особую роль сыграл «четвертый антимонопольный пакет», которым исключается возможность признания доминирующим хозяйствующего субъекта с долей рынка не более 35 %, отменяется ведение реестр лиц с долей рынка более 35 % и устанавливается возможность применения правил недискриминационного доступа к доминирующим предприятиям³.

Конечно, поистине «революционным» становится и «пятый антимонопольный пакет», адресованный субъектам предпринимательской деятельности, владеющим цифровым платформенным бизнесом в сфере Интернет-торговли⁴. Так, Закон о защите конкуренции был дополнен инструментарием для противодействия монополизации рынков со стороны владельцев транзакционных цифровых платформ: вводится определение понятия сетевого эффекта как свойства товарного рынка, при котором потребительская

¹ Постановление Правительства РФ от 19.12.2007 № 896 «Об утверждении Правил формирования и ведения Реестра хозяйствующих субъектов, имеющих долю на рынке определенного товара в размере более чем 35 процентов или занимающих доминирующее положение на рынке определенного товара, если в отношении такого рынка федеральными законами установлены случаи признания доминирующим положения хозяйствующих субъектов» // СЗ РФ. 24.12.2007. № 52. Ст. 6480.

² Кроме того, важно отметить, что, параллельно с развитием основного Закона о защите конкуренции и его трансформацией в рамках принятия «антимонопольных пакетов», специальные нормы о запрете злоупотребления доминирующим положением на товарных рынках включаются в отраслевые законы, например в Федеральный закон от 02.12.1990 № 395-1 «О банках и банковской деятельности» и другие. См., например, Конкурентное право: учебник / под общ. ред. М.А. Егоровой, А.Ю. Кинева. М.: Юстицинформ, 2018. С. 336; Федеральный закон от 02.12.1990 № 395-1 «О банках и банковской деятельности» // СЗ РФ. 05.02.1996. № 6. Ст. 492; СЗ РФ. 2021. № 1 (часть 1). Ст. 34.

³ Федеральный закон от 05.10.2015 № 275-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О защите конкуренции» и отдельные законодательные акты Российской Федерации» // СЗ РФ. 12.10.2015. № 41 (часть I). Ст. 5629.

⁴ Войниканис Е.А., Иванов А.Ю., Цариковский А.Ю., Ерофеева Е.В. Антимонопольное регулирование в цифровую эпоху. М.: Издательский дом НИУ ВШЭ, 2019. С. 150.

ценность цифровой платформы как программы для ЭВМ, обеспечивающей заключение сделок между продавцами и потребителями, зависит от количества использующих ее продавцов и покупателей соответственно (п. 4.1 ст. 4 Закона о защите конкуренции). Также введена специальная критериальная система определения доминирующего положения владельцев таких цифровых платформенных компаний: не менее 35 % от общего объема сделок на товарном рынке в стоимостном выражении приходится на владельца цифровой платформы, его выручка за последний календарный год – более 2 млрд рублей, а сетевой эффект позволяет ему оказывать решающее влияние на общие условия обращения товара на рынке¹.

В целом, несмотря на содержательное изменение отечественных правовых подходов к регулированию доминирования на товарных рынках, понимание концепта, или неких идейных основ доминирующего положения в науке конкурентного права в целом является единым. Доминирующее положение, как отмечает С.А. Парашук, будучи с содержательной точки зрения категорией экономической, имеет правовое значение, поскольку непосредственно влияет на правовое положение хозяйствующего субъекта, для него наступают правовые последствия несоблюдения обязанностей и запретов, в зависимости от установленного экономического фактора – рыночной власти, выражающейся как в количественном критерии доминирования (доле рынка), так и в его качественном критерии (возможности оказывать решающее влияние на общие условия обращения товара, прежде всего цену товара)². Аналогичной точки зрения придерживаются иные исследователи, например О.А. Символоков, Е.С. Хохлов и другие авторы³.

Однако открытым остается вопрос о содержательной трансформации данной категории в условиях цифровизации экономики не только через призму

¹ Федеральный закон от 10.07.2023 № 301-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О защите конкуренции»» // СЗ РФ. 17.07.2023. № 29. Ст. 5319.

² Парашук С.А. Монополия и монополизация: регламентация в российском праве // Юрист. 2017. № 1. С. 32.

³ Символоков О.А. Применение арбитражными судами антимонопольного законодательства по делам об антиконкурентных соглашениях // Журнал российского права. 2021. № 11. С. 133-149; Хохлов Е.С. Права хозяйствующих субъектов, занимающих доминирующее положение // Конкурентное право. 2017. № 2. С. 33-36.

законодательного отражения экономических явлений в праве, но и в ключе их теоретического осмысления и практической имплементации, включая выявление и систематизацию возможных видов злоупотребления доминирующим положением субъектами предпринимательской деятельности с использованием цифровых платформ как в России, так и за рубежом.

Вывод: Генезис правового регулирования доминирующего положения хозяйствующих субъектов на рынке уходит корнями в основы антитрестовского законодательства США, зародившегося в ответ на усиливающиеся экономическое давление со стороны монополистических структур. В отличие от картелей, в американской антимонопольной традиции правовая оценка доминирования осуществлялась через «правило разумности», когда доминирующее положение рассматривалось и продолжает рассматриваться как усиливающее экономику до тех пор, пока не создаются препятствия конкурентной динамике рынков, и само по себе не запрещается¹. При этом наличие доминирования первоначально определялось именно через изучение поведения доминирующей фирмы (аналог современного «качественного» критерия доминирования), и только потом антимонопольная практика дополнилась более сложными элементами экономического анализа рынков (аналогом современного «количественного» критерия доминирования), включая решение вопроса о наличии барьеров по входу на товарный рынок и выходу с него.

Данные правовые подходы к оценке категории доминирующего положения во многом были восприняты европейским и российским законодательством. Благодаря «принципу разумности», действующему при оценке допустимости существования доминирующих предприятий, становится возможным создание наиболее справедливых условий функционирования товарных рынков с учетом необходимости сохранения конкуренции как общественного блага, способствующего эффективному распределению ресурсов². Вместе с тем,

¹ Рыженков А.Я. Право и монополии в современной России: Монография. М.: Юстицинформ, 2017. С. 174.

² Парашук С.А. Понятие конкуренции как общественного блага по российскому правопорядку // Правовое регулирование экономических отношений в современных условиях развития цифровой экономики: монография / А.В. Белицкая, В.С. Белых, О.А. Беляева и др.; отв. ред. В.А. Вайпан, М.А. Егорова. М.: Юстицинформ, 2019. С. 175.

цифровизация социально-экономических отношений требует дальнейшего доктринального осмысления указанного феномена с целью его наиболее полной адаптации к условиям трансформации традиционных товарных рынков и способов осуществления предпринимательской деятельности, связанной с использованием цифровых платформ.

§2. Понятие, особенности и виды цифровых платформ в сфере предпринимательской деятельности

Одной из национальных целей развития Российской Федерации до 2030 г. и на перспективу до 2036 г. провозглашена цифровая трансформация социально-экономических отношений, в том числе за счет использования цифровых платформ¹. Как отмечают Н.В. Козлова, Н.В. Суханова, А.С. Ворожевич., И.А. Алешковский, создание экосистемы цифровой экономики становится одной из наиболее приоритетных задач и предполагает обеспечение устойчивого, непрерывного взаимодействия технологических платформ².

Однако развитие цифровых технологий требует адаптации права к происходящим в экономике изменениям для придания им должной правовой формы. По мнению Е.П. Губина, «правовое обеспечение рыночной экономики, эффективная законотворческая деятельность основываются на глубоких научных исследованиях», и область цифровых платформ – не исключение, для их эффективного правового регулирования необходимо познать их природу, которая по сей день остается неоднозначной³.

Поскольку наука предпринимательского права, по утверждению А.Г. Быкова, направлена на познание сущности и закономерностей правового регулирования рыночного механизма и развитие его основополагающих институтов, то в рамках данной области научного знания может быть предпринята попытка исследования явления цифровых платформ в праве, включая правовые

¹ Указ Президента РФ от 07.05.2024 № 309 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года» // СЗ РФ. 13.05.2024. № 20. Ст. 2584.

² Козлова Н.В., Суханова Н.В., Ворожевич А.С., Алешковский И.А. Цифровая трансформация в контексте приоритетов государственной научно-технической политики и вопросы совершенствования правового регулирования цифровой экономики в Российской Федерации // Предпринимательское право. 2020. № 4. С. 6.

³ Предпринимательское право России: итоги, тенденции и пути развития: монография, коллектив авторов / МГУ имени М.В. Ломоносова / отв. Ред. Е.П. Губин. М.: Юстицинформ, 2019. С. 38.

аспекты антимонопольного регулирования цифровых платформ, в том числе на базе междисциплинарного подхода¹.

Отправной точкой в таком исследовании является исторический контекст зарождения понятия цифровой платформы. Семантические истоки показывают, что термин «платформа» впервые появился во французском языке в 1434 году (как «plate-forme») для обозначения плоской формы, некой горизонтальной поверхности, используемой в качестве опоры². В толковых словарях русского языка предлагается похожее общее значение слова «платформа»: «ровная возвышенная площадка из какого-н. твердого материала»³, «ровная возвышенная площадка, пригодная для размещения чего-л.»⁴, «ровная возвышенная площадка, служащая для размещения чего-л.»⁵.

Практически спустя 600 лет термин «платформа» приобрел новые смысловые коннотации и стал использоваться для описания инфраструктуры высокотехнологичных компаний – цифровых посредников, которые осуществляют деятельность в сети Интернет и создают виртуальные площадки для соединения разных участников рынка, облегчая их взаимодействие⁶. Считается, что родоначальниками использования термина «платформа», «платформенная экономика» применительно к становлению и развитию цифрового бизнеса, моделей Интернет-посредничества стали французские экономисты Ж.-Ш. Роше и Ж. Тиrolь⁷.

Определение цифровой платформы по своей сути является многогранным, объединяющим в себе экономические, социально-управленческие, программно-

¹ А. Г. Быков: Человек, Ученый, Учитель. — М.: Стартап, 2013. С. 69.

² Schrepeel T. Platforms or Aggregators: Implications for Digital Antitrust Law // Journal of European Competition Law and Practice. 2021. Vol. 12. №. 1. P. 1.

³ Толковый словарь русского языка / Под ред. Д.Н. Ушакова [Электронный ресурс] // URL: <https://ushakovdictionary.ru/word.php?wordid=48876> (дата обращения: 01.04.2023).

⁴ Большой толковый словарь русского языка [Текст]: А-Я / РАН. Ин-т лингв. исслед.; Сост., гл. ред. канд. филол. наук С. А. Кузнецов [Электронный ресурс] // <https://archive.org/details/Bolshoy-tolkov-slovar-russkogo-yazyka-2000> (дата обращения: 01.04.2023).

⁵ Ефремова Т.Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный [Электронный ресурс] // URL: https://www.efremova.info/word/platforma.html#_Y_u6NC1c7_Q (дата обращения: 01.04.2023).

⁶ Zutshi A., Nodehi T., Grilo A., Rizvanović B. The Evolution of Digital Platforms [Электронный ресурс] // URL: https://www.researchgate.net/publication/337368318_The_Evolution_of_Digital_Platforms (дата обращения: 31.03.2023).

⁷ J.-C. Rochet, J. Tirole. Two-Sided Markets: An Overview [Электронный ресурс] // URL: https://web.mit.edu/14.271/www/rochet_tirole.pdf (дата обращения: 31.03.2023).

технические и иные начала, которым, в зависимости от заданной области научного исследования или конкретной регуляторной задачи, может отдаваться приоритет.

Например, в российском законодательстве встречается не менее пяти вариативных упоминаний данного понятия («Единая цифровая платформа в сфере занятости и трудовых отношений «Работа в России»¹, «Единая цифровая платформа «Национальная система пространственных данных»², «Единая цифровая платформа «Физическая культура и спорт»³, «Цифровая аналитическая платформа предоставления статистических данных»⁴ и др.⁵), сводимых к пониманию платформ как информационных систем и средства государственного управления, в то время как экономическому элементу в содержании уделяется меньше внимания.

В то же время, с принятием «пятого антимонопольного пакета» в нормативном массиве появилась иная трактовка понятия цифровой платформы как объекта прав, где очевидным образом акценты смещаются в сторону программно-технической и инфраструктурной составляющих⁶. Сказанное является лишь косвенным подтверждением тезиса о сложносоставном характере такого явления

¹ Закон РФ от 19.04.1991 № 1032-1 «О занятости населения в Российской Федерации» // СЗ РФ. № 17. 22.04.1996. Ст. 1915; СЗ РФ. 02.01.2023. № 1 (часть I). Ст. 16; Постановление Правительства РФ от 13.05.2022 № 867 «О единой цифровой платформе в сфере занятости и трудовых отношений «Работа в России» (вместе с «Правилами функционирования единой цифровой платформы в сфере занятости и трудовых отношений «Работа в России») // СЗ РФ. 23.05.2022. № 21. Ст. 3446; СЗ РФ. 03.04.2023. № 14. Ст. 2438.

² Постановление Правительства РФ от 07.06.2022 № 1040 «О федеральной государственной информационной системе «Единая цифровая платформа «Национальная система пространственных данных» (вместе с «Положением о федеральной государственной информационной системе «Единая цифровая платформа «Национальная система пространственных данных») // СЗ РФ. 13.06.2022. № 24. Ст. 4065.

³ Концепция создания и функционирования государственной информационной системы «Единая цифровая платформа «Физическая культура и спорт» (утв. Минспортом России 26.04.2021) [Электронный ресурс] // URL: <http://www.minsport.gov.ru/activities/fkis/> (дата обращения: 31.03.2023).

⁴ Распоряжение Правительства РФ от 17.12.2019 № 3074-р «Концепция создания цифровой аналитической платформы» (вместе с «Концепцией создания цифровой аналитической платформы предоставления статистических данных») // СЗ РФ. 30.12.2019. № 52 (часть II). Ст. 8054; Постановление Правительства РФ от 22.06.2021 № 956 «О государственной информационной системе «Цифровая аналитическая платформа предоставления статистических данных» (вместе с «Положением о государственной информационной системе «Цифровая аналитическая платформа предоставления статистических данных») // СЗ РФ. 28.06.2021. № 26. Ст. 4979; СЗ РФ. 31.10.2022. № 44. Ст. 7574.

⁵ Основные направления развития финансового рынка Российской Федерации на 2022 год и период 2023 и 2024 годов (разработаны Банком России) [Электронная ресурс] // URL: https://www.cbr.ru/about_br/publ/onfinmarket/ (дата обращения: 31.03.2023).

⁶ Федеральный закон от 10.07.2023 № 301-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О защите конкуренции» // СЗ РФ. 17.07.2023. № 29. Ст. 5319.

как цифровая платформа. Какие же компоненты могут определять взгляд относительно его смыслового содержания?

Междисциплинарный анализ исследований в области поставленной проблематики позволил выявить шесть ключевых подходов к определению категории «цифровая платформа», которые могут отражаться и в нормах права: 1) экономический; 2) организационно-экономический; 3) инфраструктурный; 4) программно-технический; 5) социально-управленческий; 6) психологический.

1. Экономический подход к определению понятия цифровой платформы. Предваряя характеристику данного подхода, важно отметить, что платформа как экономическое явление не сводится исключительно к «цифре». По утверждению М. Альстайна, Дж. Паркера, С.П. Чаудари, «платформенный» подход к организации и ведению предпринимательской деятельности – не продукт цифровой революции, он сформировался давно и вне связи с сетью Интернет. Примеры тому – торговые центры, которые связывают покупателей и продавцов; газеты, которые связывают подписчиков и рекламодателей; аукционы, например крупнейшие мировые аукционы предметов искусств и роскоши Sotheby's (1744 г.) и Christie's (1766 г.), связывающие коллекционеров-покупателей и продавцов, и т.д. Платформой, по общему правилу, считаются товары и услуги, которые объединяют группы потребителей или пользователей в двусторонние сети, или, в так называемые, двусторонние рынки, и такие двусторонние сети реализуются через инфраструктуру и правила, способствующие взаимодействию между группами¹.

Поэтому понятие платформы и цифровой платформы следует соотносить как общее и частное, где цифровая платформа образует специальный вид платформ, реализуемых с использованием информационных технологий, возможностей сети Интернет в эпоху цифровизации общественных отношений, а собственно платформа являет собой более общий способ организации социально-

¹ Parker G.G., Alstyne M.W.V. Two-Sided Network Effects: A Theory of Information Product Design // Management Science. Vol 51. №. 10. P. 1495.

экономического взаимодействия групп субъектов с использованием посреднической инфраструктуры.

С точки зрения проявления новых особенностей экономических отношений по обмену товарами и услугами, вызванных развитием цифровых платформенных технологий, ряд исследователей, в частности, Ж. Тироль, Ж. - Ш. Роше, Д. Йоффе, М. Армстронг, М.В. Рыжкова, рассматривают цифровую платформу как специфический рынок¹. Например, для М. Армстронга платформа – это рынок, включающий две или более группы участников, взаимодействующих через посредника, где для одной группы участников выгода от присоединения к платформе зависит от количества участников из другой группы, присоединившихся к ней же².

Ж. Тироль и Ж.-Ш. Роше определяют двусторонние (многосторонние) платформы как двусторонние (многосторонние) рынки, на которых платформенная организация стремится соединить две (или более) группы конечных пользователей и обеспечить взаимодействие между ними, при этом взимая плату с каждой из сторон в стремлении получить прибыль или, крайней мере, не понести убытки³.

По мнению М. Рисмана, двусторонний рынок, или двусторонняя платформа – это рынок, где две категории участников взаимодействуют через посредника, и решения каждой из группы участников в конечном итоге воздействуют на участников на другой стороне⁴.

При этом трактовка понятия цифровой платформы как двустороннего (многостороннего) товарного рынка, помимо самого определения субъектного состава его участников, позволяет говорить и о наличии отношений конкуренции между отдельными пользователями цифровой платформы, реализующими товары (работы, услуги) посредством цифровой платформы потребителям (например,

¹ См., например, Tirole J., Rochet J.C. Two-Sided Markets: An Overview [Электронный ресурс] // URL: https://web.mit.edu/14.271/www/rochet_tirole.pdf (дата обращения: 01.04.2023); Yoffie D.B., Gawer A., Cusumano M.A. The Platform Organization [Электронный ресурс] // URL: <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=57978> (дата обращения: 01.04.2023); Рыжкова М.В. Концептуализация феномена «цифровая платформа»: рынок или бизнес? // Вестник Томского государственного университета. Экономика. 2019. № 47. С. 48-66. С. 52.

² Armstrong M. Competition in Two-Sided Markets // The RAND Journal of Economics. 2006. Vol. 37. № 3. P. 670.

³ Tirole J., Rochet J.C. Two-Sided Markets: An Overview...

⁴ Rysman M. The Economics of Two-Sided Markets // Journal of Economic Perspective. 2009. Vol. 23. № 3. P. 135.

конкуренция продавцов на маркетплейсах Вайлдберриз, Озон)¹, что также ставит вопрос о необходимости соблюдения данными хозяйствующими субъектами общих антимонопольных запретов².

2. Организационно-экономический подход к определению понятия цифровой платформы. С точки зрения экономических особенностей организации и управления цифровым платформенным бизнесом, цифровые платформы также определяют в качестве бизнес-модели, вида предпринимательской деятельности. Данной точки зрения придерживаются А. Моазед, Р.Г. Пожидаев, А.И. Гретченко, И.В. Горохова, Н.Н. Масюк, Н.К. Темнова. Согласно представленному А. Моазедом взгляду, платформа представляет собой бизнес-модель, которая ускоряет обмен ценностью между двумя и более группами пользователей, потребителей и производителей, отличается «нелинейностью» взаимодействия между указанными субъектами³. Р.Г. Пожидаев, рассматривая бизнес-модели цифровых платформ, отмечает, что их спецификой является первостепенная роль управления внешними сообществами, а не внутренними активами, а также наличие и ключевая роль косвенных сетевых эффектов, за счет которых масштабируется бизнес и обеспечивается сбалансированный рост спроса и предложения⁴. Исследуя бизнес-модели на основе платформ, С.Н. Конопатов, Н.В. Салиенко утверждают, что ключевым отличием платформенных компаний от традиционных, линейных бизнес-моделей является преимущественное использование внешних, а не

¹ Тезис о существовании конкурентных отношений между продавцами маркетплейсов – цифровых платформ, образующих самостоятельный товарный рынок, – подтверждается материалами правоприменительной практики. В мае 2024 г. ФАС России выявлен картельный сговор продавцов беспроводных наушников на маркетплейсах, участники которого искусственно занижали рейтинги конкурентов на маркетплейсах за счет негативных отзывов, заказывали товары в отдаленные пункты выдачи заказов без намерения их реального получения (см. подробнее: ФАС выявила картель продавцов наушников на маркетплейсах [Электронный ресурс] // URL: <https://fas.gov.ru/news/33296> (дата обращения: 06.08.2024)).

² Прежде всего, в контексте настоящего исследования, актуальным видит соблюдение указанными хозяйствующими субъектами общего запрета злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровых платформ (ст.10 Закона о защите конкуренции). Под общий запрет злоупотребления доминирующим положением могут подпадать действия пользователей цифровой платформы, направленные на ограничение возможностей рекламы товаров конкурентов на платформе: доминирующий на площадке продавец может выкупить все доступные для продвижения товаров маркетинговые инструменты для продвижения собственных товаров, лишив конкурента возможностей продемонстрировать свой товар широкой аудитории платформы (например, «выкуп» всех цифровых рекламных поверхностей на платформе и пр.). Такие действия можно рассматривать в качестве создания препятствий доступу на товарный рынок или выходу из него (п.9 ч.1 ст.10 Закона о защите конкуренции).

³ Моазед А. Платформа: Практическое применение революционной бизнес-модели / Алекс Моазед, Николас Джонсон; Пер. с аегл. – М.: Альпина Паблишер, 2019. С. 67.

⁴ Пожидаев Р.Г. Особенности бизнес-моделей цифровых платформ // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2022. № 3. С. 153.

внутренних ресурсов компании, а также минимальное владение материальными активами¹.

Н.Н. Масюк, Н.К. Темнова, аналогичным образом, в качестве современных бизнес-моделей, использующих технологии для объединения людей, организаций и ресурсов в интерактивную экосистему рассматривают именно цифровые платформы². Поскольку базовое определение понятия бизнес-модели отсылает к «способу реализации бизнеса, который обеспечивает предприятию доход и прибыль»³, включает такие элементы, как «...ресурсы и производственные процессы» компании⁴, то, в понимании существующих юридических категорий, бизнес-модель, в том числе цифровая платформа, может концептуально рассматриваться как объект прав через призму цифрового имущественного комплекса, используемого для осуществления предпринимательской деятельности, основу для определения которого формирует понятие предприятия (абз. 1 п. 1 ст. 132 ГК РФ)⁵.

Учитывая, что предприятие как имущественный комплекс определяется в качестве недвижимости (абз. 2 п. 2 ст. 132 ГК РФ), сопоставление цифровых платформ с таковыми, на первый взгляд, может показаться абсурдным, поскольку данные объекты имеют преимущественно нематериальную природу. Вместе с тем, фактические реалии имущественного оборота, вкупе с классическими трактовками юридической сущности предприятия, создают предпосылки для вывода об обратном.

Как отмечает Г.Ф. Шершеневич, торговое предприятие есть «совокупность личных и имущественных средств, соединенных для достижения известной

¹ Конопатов С.Н., Салиенко Н.В. Анализ бизнес-моделей на основе платформ // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия Экономика и экологический менеджмент. 2018. № 1. С. 27.

² Masyuk N.N., Temnova N.K. Platform Business Models As Objective Reality Of Digital Economy // Finance, Entrepreneurship and Technologies in Digital Economy. 2021. Vol 103. P. 590.

³ Межов С.И., Болденков А.В. Понятие бизнес-модели: сущность, типология и основные принципы построения // Экономика. Профессия. Бизнес. 2016. № 1. С. 24-30.

⁴ Гриднева Е.Е., Калиакпарова Г.Ш. Инновационные бизнес-модели как инструмент создания конкурентных преимуществ предприятий // European journal of economics and management sciences. 2017. № 1. С. 63-67.

⁵ В состав предприятия как имущественного комплекса входят все виды имущества, предназначенные для его деятельности, включая земельные участки, здания, сооружения, оборудование, инвентарь, сырье, продукцию, права требования, долги, а также права на обозначения, индивидуализирующие предприятие, его продукцию, работы и услуги (коммерческое обозначение, товарные знаки, знаки обслуживания), и другие исключительные права, если иное не предусмотрено законом или договором (абз. 2 п.2 ст.132 ГК РФ).

торгово-хозяйственной цели по определенному плану»¹. По указанию А.И. Каминки, торговое предприятие является объектом прав и представляет собой совокупность всего того, что относится к ведению торгового промысла².

А.В. Грибанов, исследуя истоки признания предприятия в качестве юридической категории, утверждает, что наиболее корректно содержание данного понятия отражается в германском праве: предприятие не рассматривается в качестве вещи или права, а признается объектом особого свойства, деятельностью, осуществляемой с помощью входящих в состав предприятия материальных и нематериальных элементов; это объект «на ходу», он не имеет завершенной материальной формы, его содержание подвижно, а состав постоянно претерпевает изменение³. Поэтому ученый предлагает вывести предприятие из категории недвижимых вещей, поскольку нормы российского права не учитывают всех особенностей данного объекта⁴.

Данное предложение находит свое подтверждение и в Концепции развития гражданского законодательства Российской Федерации, где также из ст. 132 ГК РФ предлагается исключить признание предприятия в целом недвижимой вещью, поскольку предприятие практически выбыло из оборота недвижимости⁵. Е.А. Суханов подчеркивает, что такой юридически разнородный имущественный комплекс как предприятие может выступать в качестве единой вещи «только при совершении с ним гражданско-правовых сделок (например, купли-продажи, аренды или залога), т.е. в гражданском обороте, но не в состоянии принадлежности (в «статике») составляющих его движимых и недвижимых вещей, прав и обязанностей, объектов исключительных прав»⁶.

¹ Шершеневич Г.Ф. Учебник торгового права: учебник для вузов / Г.Ф. Шершеневич ; составитель В.А. Белов. – Москва : Издательство Юрайт, 2025. С. 61.

² Каминка А.И. Очерки торгового права. Выпуск 1-й...С. 104.

³ Грибанов А.В. Предприятие как объект гражданско-правовых отношений (По праву России и Германии) : дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.03 : Москва, 2004. С. 14.

⁴ Там же. С. 17.

⁵ Концепция развития гражданского законодательства Российской Федерации (одобрена решением Совета при Президенте РФ по кодификации и совершенствованию гражданского законодательства от 07.10.2009) // Вестник ВАС РФ. № 11. Ноябрь, 2009.

⁶ Суханов Е.А. Понятие недвижимости в законопроекте о вещном праве / Проблемы осуществления и защиты гражданских прав : сборник статей к 100-летию со дня рождения профессора В.П. Грибанова / отв. ред. Е. А. Суханов и А. Е. Шершобитов ; Московский гос. ун-т им. М.В. Ломоносова, юрид. фак., кафедра гражданского права. – Москва : Статут, 2021. С. 71.

Представляется, что приведенные положения позволяют развивать идею о том, что цифровая платформа, будучи сложным имущественным объектом, с учетом классического понимания категории предприятия в юриспруденции, может рассматриваться в качестве особого цифрового имущественного комплекса в силу следующих обстоятельств:

1) во-первых, в состав цифровой платформы, как правило, входит комплекс исключительных и иных имущественных прав на разные и неоднородные объекты интеллектуальной собственности (различное программное обеспечение, составляющее основу платформенной инфраструктуры; базы данных и товарные знаки, задействованные при осуществлении предпринимательской деятельности посредством организации цифровой платформы, фирменное наименование). Включение товарных знаков в понятие цифровой платформы определяется тем, что данные обозначения, индивидуализируя товар (работу, услугу) с присущим ему сетевым эффектом, по мере роста узнаваемости таких товаров (работ, услуг), также становятся источниками сетевых эффектов, которые, как известно, определяют рыночную власть владельцев цифровых платформ¹. При этом используемые владельцем цифровой платформы товарные знаки, как правило, обладают единым стилистическим единством (например, выполняются в единой цветовой гамме, в одинаковом дизайне шрифта и пр.). В состав товарных знаков владельца цифровой платформы также может включаться фирменное наименование его компании, обладающее самостоятельной правовой охраной (ст. 1476 ГК РФ).

2) во-вторых, наряду с комплексом исключительных прав на разнородные объекты интеллектуальной собственности, в понятие цифровой платформы следует включать сопутствующие материальные объекты, в отсутствие которых ведение предпринимательской деятельности посредством организации цифровой платформы невозможно и (или) значительно затруднено: серверное компьютерное оборудование, здания, сооружения, транспортные средства (например, без

¹ Традиционно под сетевым эффектом понимается экономический эффект, при котором ценность товара или услуги зависит от количества его потребителей. Относительно связи между товарными знаками и сетевыми эффектами см. подробнее: David W. Barnes. A New Economics of Trademarks // Northwestern Journal of Technology and Intellectual. 2006. Vol. 5. Issue 1. Pp. 22-67.

использования серверного компьютерного оборудования не обходится ни один платформенный бизнес как в сфере электронной коммерции, так и в сфере работы социальных сетей; построение бизнеса по модели цифровой платформы требует оперирования большими объемами пользовательских и иных данных, которые, как правило, хранятся на серверном оборудовании; если бизнес по модели цифровой платформы организован в качестве маркетплейса, в составе его инфраструктуры открываются пункты выдачи заказов (далее – ПВЗ) и т.п.).

3) в-третьих, все имущественные права, объекты прав, входящие в состав цифровой платформы, объединяются общей целью осуществления предпринимательской деятельности, направленной на обеспечение взаимодействия пользователей цифровой платформы, и, соединяясь в динамике гражданского оборота, предопределяют особую ценность цифровой платформы как единого целого (например, для продавца парфюмерии, который хочет продавать товар посредством цифровой платформы, при выборе маркетплейса для сотрудничества важным становится как функционал программ для ЭВМ в составе цифровой платформы, так и, например, количество и «покрытие» сети ПВЗ в составе соответствующей цифровой платформы и пр.).

Поэтому следует согласиться с Е.Е. Кирсановой, предлагающей определять цифровые платформы как имущественный комплекс, существующий в рамках виртуального пространства, функционирующий автономно или на базе существующих информационных систем (социальных сетей, сайтов и т.д.), выступающий в качестве информационного посредника участников оборота, создающего условия для стимулирования оборота посредством широкого применения цифровых технологий (как в части информирования сторон, так и в части оформления взаимодействия субъектов, применения цифровых средств заключения договоров и т.д.)¹.

Дополнительно стоит отметить, что наличие знаний об особенностях организации платформенных бизнес-моделей и цифровых имущественных

¹ Кирсанова Е.Е. Правовое регулирование оборота прав на результаты интеллектуальной деятельности в цифровой экономике: монография. М.: Юстицинформ, 2022. С. 140.

комплексов может влиять на определение состава участников соответствующего товарного рынка и квалификацию поведения лиц, злоупотребляющих доминирующим положением с использованием цифровых платформ (например, владелец агрегатора, в отличие от владельца маркетплейса, не сможет совершить действий, связанных с навязыванием невыгодных условий договора при открытии его партнером пункта выдачи товаров, заказываемых через его платформу, поскольку его бизнес-модель, как правило, не предполагает оперирование физической инфраструктурой указанного типа).

3. Инфраструктурный подход к определению понятия цифровой платформы. Распространенной является определение цифровой платформы как инфраструктуры, обеспечивающей взаимодействие пользователей и обмен ценностями. Важно отметить, что трактовка цифровой платформы именно через инфраструктурный аспект впервые появилась в антимонопольном законодательстве с принятием Федерального закона от 10.07.2023 № 301-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О защите конкуренции»»¹.

С доктринальной точки зрения, к представителям указанного направления можно отнести Э. Макафи, Л.В. Лapidус, А.Ю. Иванова, А.Ю. Цариковского, А.М. Лушникову, Е.Е. Кирсанову и др.².

Как утверждает Э. Макафи, «цифровая платформа – цифровая среда, обеспечивающая доступ, воспроизведение и распространение с предельными издержками, близкими к нулю»³. По мнению А.Ю. Иванова, А.Ю. Цариковского,

¹ Так, с принятием «пятого антимонопольного пакета» понятие цифровой платформы получило свое «косвенное» раскрытие через категорию сетевого эффекта в качестве программы (совокупности программ) для ЭВМ в информационно-телекоммуникационных сетях, в том числе в сети Интернет, обеспечивающей совершение сделок между продавцами и покупателями определенных товаров (см. подробнее: Федеральный закон от 10.07.2023 № 301-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О защите конкуренции» // СЗ РФ. 17.07.2023. № 29. Ст. 5319). На более ранних этапах нормативно-правового регулирования инфраструктурные и экономические признаки раскрывались только применительно к отдельным видам цифровых платформ, поименованным в законодательстве, но не для данного феномена напрямую. Например, через переплетение экономических и инфраструктурных характеристик в законодательстве о защите прав потребителей, через понятие «владелец агрегатора информации о товарах (услугах)», был раскрыт и термин «агрегатор», по своей сути образующий отдельный вид цифровых платформ: под таковым понимается некая инфраструктура, посредством которой потребитель может ознакомиться с предложением продавца о заключении договора купли-продажи товара (услуги), заключить такую сделку и внести предоплату за товар в наличной или безналичной форме (см. подробнее преамбулу Закона РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» // СЗ РФ. 15.01.1996. № 3. Ст. 140; СЗ РФ. 12.12.2022. № 50 (Часть III). Ст. 8772).

² См., например, Лушников А.М. Цифровизация трудового права и трудовые отношения // Закон. 2022. № 10. С. 35.

³ Макафи Э. Машина, платформа, толпа. Наше цифровое будущее: Эндрю Макафи, Эрик Бриньолфсон пер. с англ. А. Поникарова. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019. С. 124.

«цифровая платформа представляет собой прежде всего инфраструктуру, с помощью которой осуществляется взаимодействие потребителей и поставщиков разного рода товаров, услуг и информации»¹.

По замечаниям Л.В. Лapidус, цифровая платформа – разновидность электронного ресурса, к которому различные компании имеют доступ и могут использовать ее для собственного web-представительства в целях осуществления взаимодействия с поставщиками и (или) реальными и потенциальными потребителями продукции (услуг) (например, электронные моллы, предоставляющие оффлайн-компаниям возможность иметь электронную витрину в сети Интернет)².

В качестве разновидности цифровой и информационной инфраструктуры, обслуживаемой операторами соответствующих систем, их контрагентами, цифровые платформы рассматривает Е.В. Гриценко³.

Е.Е. Кирсанов также отмечает, что, по общему правилу, цифровая платформа выступает элементом рыночной инфраструктуры, на базе которой непосредственно складывается оборот цифровых объектов, прав, оказание услуг⁴.

По замечанию Л.К. Терещенко, владельцы платформ «обладают монополией на цифровую инфраструктуру рынка», и применительно к ним наиболее острой является проблема соблюдения антимонопольного законодательства⁵.

Как представляется, инфраструктурный подход к оценке понятия цифровой платформы включает в себе ценностный потенциал для целей антимонопольного регулирования и может применяться при оценке злоупотребления доминирующим положением на товарном рынке. При обладании цифровой платформой как

¹ Антимонопольное регулирование в цифровую эпоху: Как защищать конкуренцию в условиях глобализации и четвертой промышленной революции [Текст]: монография / Нац. Исслед. ун-т «Высшая школа экономики»; ФАС России; под ред. А.Ю. Цариковского, А.Ю. Иванова и Е.А. Войниканис. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2019. С. 38.

² Лapidус Л.В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : учебник / Л.В. Лapidус. – Москва: ИНФРА-М, 2023. С. 192.

³ Гриценко Е.В. Право на хорошее управление в условиях цифровой трансформации // Сравнительное конституционное обозрение. 2022. № 4. С. 18.

⁴ Кирсанова Е.Е. Правовое регулирование оборота прав на результаты интеллектуальной деятельности в цифровой экономике: монография...С. 140.

⁵ См. подробнее: Терещенко Л.К. Цифровые платформы: подходы к регулированию // Журнал российского права. 2024. № 9. С. 163-175.

программно-технической инфраструктурой хозяйствующий субъект в собственном анantikanкурентном интересе может создавать такие условия и правила ее использования для других участников гражданского оборота, которыми ограничивается конкуренция, ущемляются интересы других хозяйствующих субъектов, неопределенного круга потребителей, извлекаются необоснованные и противоречащие антимонопольным требованиям преимущества при осуществлении деятельности, в особенности, если инфраструктура цифровой платформы становится ключевой, системообразующей для товарного рынка.

4. Программно-технический подход к определению понятия цифровой платформы. С позиций программно-технического подхода, к представителям которого можно отнести Д. Йоффе, П. Робертсона, Р. Ланглуа, С.И. Луценко, цифровая платформа является модульной технической архитектурой или комплексной, составной информационной технологией. При таком взгляде цифровая платформа образует не единый монолитный и целостный программный код, а совокупность независимых взаимозаменяемых программных модулей (микросервисов), каждый из которых содержит все необходимое для выполнения только одного аспекта желаемой функциональности программы¹. Именно поэтому, например, С.Ю. Болдуин, С. Дж. Вудард, определяют цифровую платформу в качестве особого вида модульной архитектуры, построенной вокруг ядра и периферии².

В развитие указанных идей, Д. Йоффе пишет, что в проектировании программного обеспечения платформы интерпретируются как базовые технологии с модульной архитектурой, которые способствуют внедрению инноваций за счет открытых интерфейсов. Их использование для целей осуществления предпринимательской деятельности помогает компаниям достигать эффекта масштаба, оперативно внедрять инновации³.

¹ Robertson P. L., Langlois R.N. Innovation, Networks, and Vertical Integration // Research Policy. 1995. Vol. 24. № 4. P. 547.

² Baldwin C.Y., Woodard C.J. The Architecture of Platforms: A Unified View [Электронный ресурс] // URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1265155 (дата обращения: 02.04.2023).

³ Yoffie D.B., Gawer A., Cusumano M.A. The Platform Organization [Электронный ресурс] // URL: <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=57978> (дата обращения: 01.04.2023).

По мнению С.И. Луценко, предназначение цифровой платформы заключается в интеграции программных, аппаратных средств, прикладных решений на базе принципов использования открытых стандартов, протоколов и форматов, обеспечения интеграции и гарантированного информационного взаимодействия как существующих, так и вновь создаваемых информационных систем. В составе цифровой платформы учитываются, не ограничиваясь сказанным, системы сбора, обработки, хранения и предоставления данных (в том числе пространственных); системы поддержки принятия решений, направленные на регулярный сбор, анализ сведений из всех доступных источников оперативной информации и формирование обоснованных решений; единая точка взаимодействия с цифровой платформой¹. То есть в программно-техническом аспекте значительное внимание уделяется именно вопросам разработки цифровой платформы как одной или несколько связанных между собой программ для ЭВМ и баз данных, в том числе с использованием инструментов открытого программного обеспечения.

Следует признать, что оценка цифровой платформы с программно-технической точки зрения отражает ключевую характеристику цифровой платформы как объекта прав: ядро цифровых платформ составляют программы для ЭВМ, связанные с ними базы данных, которые, согласно действующему законодательству, относятся к объектам исключительных прав и имеют соответствующий режим правовой охраны (ст. 1225 ГК РФ). Да, в состав платформенной инфраструктуры могут входить иные объекты исключительных прав (товарные знаки, фирменные наименования), физические объекты (например склады, ПВЗ), но программы для ЭВМ, базы данных имеют основополагающее значение при описании сущности цифровых платформ. Именно программы для ЭВМ, связанные с ними базы данных выступают первичным звеном в обеспечении функционирования платформенной инфраструктуры: сбой в работе программы цифровой платформы может «парализовать» работу склада маркетплейса или

¹ Луценко С.И. Единая цифровая платформа как стратегический ресурс государственного управления // Цифровая экономика. 2020. № 9. С. 88.

целой сети ПВЗ. Данный аспект также представляет дополнительный интерес при изучении проблематики в области «антимонопольных иммунитетов» обладателей исключительных прав на программы для ЭВМ, базы данных применительно к сфере использования цифровых платформ; при включении сведений о совокупности программ для ЭВМ и баз данных, образующих цифровую платформу, в реестр российского программного обеспечения Минцифры РФ для целей получения мер государственной поддержки, в том числе налоговых льгот¹.

5. Социально-управленческий аспект понятия цифровой платформы. Социально-управленческий нарратив является преобладающим при определении феномена цифровых платформ в действующем российском законодательстве, что не является случайным: цифровые платформы рассматриваются в качестве особого средства трансформации и осуществления социального, государственного управления². Смысловую основу такой интерпретации заложила предложенная Т. О'Рэйли концепция «Государство как платформа», в центре которой – идея модификации государственного управления на базе информационно-технологических достижений, нацеленных на рост благополучия граждан и экономики посредством внедрения цифровых технологий³.

Как утверждают исследователи, развивающие данное направление, в частности, М.В. Петрова, В.В. Бурова, М.С. Шклярчук, А.В. Шарова, при платформизации государственного управления происходит качественный переход от предоставления единичных «точечных» сервисов при помощи государственных (ведомственных) информационных систем (далее – ГИС) и баз данных государство

¹ Единый реестр российских программ для ЭВМ и БД. Минцифры [Электронный ресурс] // URL: <https://reestr.digital.gov.ru> (дата обращения: 13.03.2025).

² В преобладающем большинстве нормативно-правовых актов, содержащих упоминание цифровых платформ, таковые рассматриваются исключительно как информационные системы для цифровизации и оптимизации государственного управления (см. подробнее: ст. 17 Федерального закона от 12.12.2023 № 565-ФЗ «О занятости населения в Российской Федерации» // СЗ РФ. 18.12.2023. № 51. Ст. 9138; СЗ РФ. 12.08.2024. № 33 (Часть II). Ст. 5020; Постановление Правительства РФ от 13.05.2022 № 867 «О единой цифровой платформе в сфере занятости и трудовых отношений «Работа в России» (вместе с «Правилами функционирования единой цифровой платформы в сфере занятости и трудовых отношений «Работа в России»)» // СЗ РФ. 23.05.2022. № 21. Ст. 3446; СЗ РФ. 03.04.2023. № 14. Ст. 2438; Постановление Правительства РФ от 29.12.2023 № 2386 «О государственной информационной системе «Единая централизованная цифровая платформа в социальной сфере» (вместе с «Положением о государственной информационной системе «Единая централизованная цифровая платформа в социальной сфере»)» // СЗ РФ. 01.01.2024. № 1 (Часть III). Ст. 250).

³ Бауэр В.П., Ерёмин В.В., Смирнов В.В. Цифровые платформы как инструмент трансформации мировой и российской экономики в 2021–2023 годах // Экономика. Налоги. Право. 2021. № 14(1). С. 46.

к комплексному решению жизненных ситуаций человека через единую государственную цифровую платформу. В результате большинство функций государственного управления исполняется не при помощи органов государственной власти, а на основе платформенных решений¹.

Подкрепляется сказанное концепцией так называемого «Бережного правительства» («Lean Government», «L-Government») – новым направлением в государственном управлении, которое, по указаниям Е.М. Стырина, Е.Н. Дмитриевой, позволяет оптимизировать бюджетные расходы и одновременно успешно исполнять социальные обязательства государства перед гражданами посредством «платформизации» таких взаимоотношений, организации взаимодействия с гражданами через Интернет-платформы².

Как представляется, приведенная оценка цифровых платформ как инструмента социального, государственного управления позволяет увидеть разноплановый характер применимости цифровых платформенных технологий в социально-экономической действительности: цифровые платформы могут использоваться не только в качестве проводников бизнес-инноваций, но и в качестве средства преобразования сферы социального, в том числе государственного, управления.

6. Психологический аспект цифровой платформизации общественных отношений. Интересным «аккордом» в исследовании сущности цифровых платформ является постановка вопроса об их влиянии на психологию поведения современного человека: появление Интернет-посредников в имущественном обороте приводит к сдвигу психологической, поведенческой парадигмы относительно способов получения и обмена информацией во внешнем мире, потребления товаров (работ, услуг). Под влиянием технологий цифровых

¹ Петров М.В., Буров В.В., Шклярчук М.С., Шаров А.В. Государство как платформа. (Кибер) Государство для цифровой экономики. Цифровая трансформация [Электронный ресурс] // URL: <https://www.csr.ru/upload/iblock/313/3132b2de9cccf0db1eecd56071b98f5f.pdf> (дата обращения: 04.04.2023).

² Стырин Е.М., Дмитриева Н.Е. Государственные цифровые платформы: формирование и развитие [Текст] / Е.М. Стырин, Н.Е. Дмитриева; Нац. Исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2021. С.17.

платформ развивается нелинейное, «платформенное» мышление – способность восприятия особенностей функционирования платформ¹.

По мнению М.А. Сухаревой, И.В. Чурзиной, цифровизация трансформирует экономические модели поведения человека: ключевой поведенческой установкой людей становится гедонизм². Цели потребления сводятся к получению удовольствия, наслаждению комфортом и спокойствием, причем за счет использования возможностей виртуального сектора экономики – электронной торговли, драйвером развития которой становятся цифровые платформенные технологии³. Одновременно ключевой характеристикой потребительского поведения в онлайн-среде становится максимальная индивидуализация потребительских предпочтений; внедрение систем искусственного интеллекта в системы поиска и продажи товаров, в том числе на цифровых платформах, которое может влиять на экономические решения пользователей⁴.

Указанные особенности также следует учитывать при исследовании деятельности владельцев цифровых платформ, особенно в аспекте управления сообществами пользователей цифровых платформ и разработки правил их поведения.

Таким образом, анализ понятия цифровой платформы на базе междисциплинарного подхода позволяет заключить, что, в зависимости от конкретной научно-практической задачи и сферы законодательного регулирования, цифровые платформы можно определять как: 1) двух- или многосторонний рынок; 2) бизнес-модель, цифровой имущественный комплекс; 3) посредническую инфраструктуру; 4) модульную технологическую архитектуру программного обеспечения, программно-технологический комплекс; 5) средство трансформации социального, государственного управления; 6) средство изменения

¹ Маркова В.Д. Платформенные модели бизнеса: подходы к созданию // Всероссийский экономический журнал ЭКО. 2019. № 5. С. 121.

² Сухарева М.А., Чурзина И.В. Эволюция модели экономического поведения человека в условиях цифровой трансформации // Вестник Московского университета. Серия 21. Управление (государство и общество). 2024. Т. 21. № 2. С.48.

³ Там же.

⁴ Баринаева Н.В., Барин В.Р. Трансформация экономического поведения потребителей в цифровом мире // Вестник РЭУ им. Г.В. Плеханова. 2020. Том 17. № 5 (113). С.174.

психологии поведения современного человека. При этом каждый из приведенных подходов имеет свою ценность для права.

Во-первых, формирует представление, что изначально категория «цифровая платформа» – это не только юридическая категория, объект права, в ее основе – множественность элементов экономического, программно-технического, социально-управленческого и иного качества, что не исключает необходимости облечения отношений с использованием цифровых платформ в правовую форму.

Во-вторых, общим знаменателем для каждого из проанализированных направлений является квалификация платформы и цифровой платформы в качестве объекта деятельности. Справедливым видится экстраполировать такой взгляд и на область правового регулирования: цифровая платформа является объектом прав, а не субъектом, поэтому не следует отождествлять понятие цифровой платформы с лицом, которому она принадлежит. В то же время, факт обладания цифровой платформой может порождать специальные права и обязанности для субъектов, например, обязанность воздерживаться от нарушения запретов злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровой платформы по достижении такового.

В-третьих, каждый из отдельных аспектов понятия цифровой платформы может и должен приниматься во внимание в процессе правового регулирования в зависимости от сферы деятельности, в которой реализуются правоотношения с использованием цифровых платформ.

Поскольку проблематика злоупотребления доминирующим положением на цифровых рынках наиболее тесно связана с созданием незаконных ограничений в использовании цифрового имущественного комплекса как программно-технической инфраструктуры для участников товарного рынка, функционирующего с использованием цифровой платформы, исследуемое понятие в праве, с учетом положений специального запрета на злоупотребление доминирующим положением с использованием цифровых платформ по ч. 1 ст. 10.1 Закона о защите конкуренции, предлагается определить через

сочетание организационно-экономического, инфраструктурного и программно-технического подходов.

Стоит согласиться с Е.А. Абросимовой в том, что функционал цифровых платформ, в особенности товарных агрегаторов (маркетплейсов) в настоящее время не сводится только к информационному посредничеству, он гораздо шире – включает, в том числе, логистическую инфраструктуру, за счет которой обеспечивается взаимодействие продавцов и покупателей, предоставляются сведения о деятельности пунктов выдачи заказов и пр.¹.

Представляется, что под цифровой платформой, используемой для осуществления предпринимательской деятельности на товарном рынке, следует понимать принадлежащий на законном основании одному или нескольким хозяйствующим субъектам (группе лиц) единый имущественный объект (цифровой имущественный комплекс), включающий совокупность объектов в цифровой форме – программу или совокупность программ для ЭВМ, базы данных, исключительные права на указанные объекты, а также сопутствующие объекты: серверное компьютерное оборудование, здания, сооружения, транспортные средства, функционирующий под единым средством индивидуализации (товарным знаком, фирменным наименованием), основанный на использовании сетевых эффектов, обеспечивающий совершение сделок между продавцами и покупателями (потребителями) определенных товаров (работ, услуг) в сети Интернет, что определяет его в качестве цифровой платформы транзакционного типа.

Основу цифровой платформы, как цифрового имущественного комплекса, составляют нематериальные объекты – объекты исключительных прав, включая права на такие результаты интеллектуальной деятельности, как программа или совокупность программ для ЭВМ, базы данных, запатентованные цифровые технологии, а также права на средства индивидуализации (товарные знаки, фирменные наименования), объединяющие данный имущественный комплекс под

¹ Абросимова Е.А. К вопросу о договорной ответственности маркетплейсов // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: гуманитарные и общественные науки. 2024. Том 8. № 2. С. 231.

единым средством индивидуализации (брендом). Возможные для цифровой платформы материальные объекты: серверное компьютерное оборудование, здания, сооружения, транспортные средства, являются сопутствующими, имеющими вспомогательное значение.

С учетом того, что цифровая платформа представляет собой объект права, необходимо охарактеризовать владельца цифровой платформы в контексте применения специального запрета злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровых платформ (ч. 1 ст. 10.1 Закона о защите конкуренции).

По общему правилу, к интеллектуальным правам не применяются положения гражданского законодательства о праве собственности и других вещных правах (п. 3 ст. 1227 ГК РФ). В гражданском праве, по мнению Е.А. Суханова, владение рассматривается как непосредственное господство над вещью – материальным, телесным объектом имущественного оборота¹. Владение «отражает принадлежность, порождающую возникновение фактического хозяйственного господства над вещью» – отмечает С.А. Сеницын². В соответствии с Концепцией развития гражданского законодательства Российской Федерации, владение в ГК РФ также предлагается определять как господство над вещью³. При этом К.И. Скловский пишет, что «вещь есть материальный объект, способный быть во владении человека»⁴.

В связи со сказанным, учитывая, что цифровая платформа не является вещью, а имеет преимущественно нематериальное содержание, следует согласиться с мнением Д.В. Кожемякина, С.М. Мироновой в том, что цифровая платформа не предполагает как такового владения в гражданско-правовом смысле⁵.

Однако специальное законодательство оперирует термином «владелец», в том числе применительно к цифровой платформе. Так, еще до момента принятия

¹ См. подробнее: Гражданское право: учебник : в 4 т. / отв. ред. Е.А. Суханов. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Статут, 2019. Т. II. Вещное право. Наследственное право. Интеллектуальные права. Личные неимущественные права. С. 21, 29.

² См. подробнее: Сеницын С.А. Владение и владельческая защита в гражданском праве государств континентальной Европы. М.: Статут, 2012. 224 с. // СПС «КонсультантПлюс».

³ Концепция развития гражданского законодательства Российской Федерации...

⁴ Скловский К.И. Собственность в гражданском праве. 6-е изд., испр. и доп. Москва: Статут, 2023. С. 227.

⁵ Кожемякин Д.В., Миронова С.М. Антимонопольные аспекты деятельности операторов цифровых платформ в гиг-экономике // Закон. 2024. № 3. С. 157.

«пятого антимонопольного пакета» в законодательство о защите прав потребителей было введено определение понятия «владельца агрегатора» информации о товарах (услугах), где владелец агрегатора именуется владельцем программы для ЭВМ и (или) владельцем сайта и (или) страницы сайта в сети Интернет, используемых для указанных в определении целях (преамбула Закона РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей»). На толкование термина «владелец агрегатора» через понятие владельца программного обеспечения для ЭВМ, владельца сайта или страницы в сети Интернет также обращает внимание А.Е. Шерстобитов¹.

Похожим образом трактуется термин «владелец новостного агрегатора», ранее включенный в информационное законодательство: таковым считается владелец сайта и (или) страницы сайта в сети Интернет, и (или) информационной системы, и (или) программы для ЭВМ, предназначенной для распространения новостной информации (ч. 1 ст. 10.4 Федерального закона от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (далее – Закон об информации))².

Вопреки указанному, нормы гражданского законодательства в сфере интеллектуальной собственности конструкции «владелец программы для ЭВМ» не содержат. В качестве субъектов правоотношений, связанных с использованием программы для ЭВМ, выделяются фигуры правообладателя исключительного права на программу для ЭВМ (ст. 1262 ГК РФ), лицензиата как лица, приобретающего право использования программы для ЭВМ по лицензионному договору (ст. 1286 ГК РФ), пользователя как лица, правомерно владеющего экземпляром программы для ЭВМ (ст. 1280 ГК РФ).

Более того, понятие владельца цифровой платформы, а также владельца программы для ЭВМ не закреплено и в информационном законодательстве: здесь используется понятие владельца сайта в сети Интернет, под которым понимается

¹ См. подробнее: Шерстобитов А.Е. Защита прав потребителей в современном российском гражданском праве // Журнал российского права. 2023. № 5. С. 116-125.

² Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» // СЗ РФ. 31.07.2006. № 31 (1 ч.). Ст. 3448; СЗ РФ. 25.11.2024. № 48. Ст. 7218.

лицо, самостоятельно и по своему усмотрению определяющее порядок использования сайта в сети Интернет, в том числе порядок размещения информации на таком сайте (п. 17 ч. 1 ст. 2 Закона об информации)¹.

Кроме сказанного, для целей регулирования публично-правовых отношений, связанных с использованием информационных технологий, применяются термины «информационная система» и «оператор информационной системы». Под информационной системой понимается совокупность содержащейся в базах данных информации и обеспечивающих ее обработку информационных технологий и технических средств, а под оператором информационной системы – гражданин или юридическое лицо, осуществляющие деятельность по эксплуатации информационной системы, в том числе по обработке информации, содержащейся в ее базах данных (п. 3, 12 ч. 1 ст. 2 Закона о защите информации)². При этом в качестве оператора информационной системы рассматривается собственник используемых для обработки содержащейся в базах данных информации технических средств, который правомерно пользуется такими базами данных, или лицо, с которым этот собственник заключил договор об эксплуатации информационной системы (ч. 2 ст. 13 Закона об информации). Дихотомия,

¹ При этом сайт в сети Интернет понимается как совокупность программ для ЭВМ и иной информации, содержащейся в информационной системе (п. 13 ч. 1 ст. 2 Закона об информации).

² Понятие оператора информационной системы также получает свое развитие в иных нормах отраслевого законодательства. Так, например, в сфере инвестиционной деятельности выделяется понятие оператора инвестиционной платформы как информационной системы, и под ним понимается хозяйственное общество, созданное в соответствии с законодательством Российской Федерации, осуществляющее деятельность по организации привлечения инвестиций и включенное Банком России в реестр операторов инвестиционных платформ (п. 7 ч. 1 ст. 2 Федеральный закон от 02.08.2019 № 259-ФЗ «О привлечении инвестиций с использованием инвестиционных платформ и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» // СЗ РФ. 05.08.2019. № 31. Ст. 4418; СЗ РФ. 12.08.2024. № 33 (Часть I). Ст. 4959). Применительно к сфере выпуска цифровых финансовых активов используется термин «оператор информационной системы, в которой осуществляется выпуск цифровых финансовых активов»: правовой статус данного субъекта образуют, прежде всего, публично-правовые обязанности по утверждению правил работы данной информационной системы, в том числе правил обеспечения доступа обладателей цифровых финансовых активов к ней (ч.3 ст.5 Федеральный закон от 31.07.2020 № 259-ФЗ «О цифровых финансовых активах, цифровой валюте и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» // СЗ РФ. 03.08.2020. № 31 (часть I). Ст. 5018; СЗ РФ. 28.10.2024. № 44. Ст. 6489). Кроме прочего, существует определение «оператора» применительно к сфере обработки персональных данных, где под оператором понимается государственный орган, муниципальный орган, юридическое или физическое лицо, самостоятельно или совместно с другими лицами организующие и (или) осуществляющие обработку персональных данных, а также определяющие цели обработки персональных данных, состав персональных данных, подлежащих обработке, действия (операции), совершаемые с персональными данными (п. 2 ч. 1 ст. 3 Федерального закона от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных» // СЗ РФ. 31.07.2006. № 31 (1 ч.). Ст. 3451; СЗ РФ. 12.08.2024. № 33 (Часть I). Ст. 4929). Таким образом, один из ключевых акцентов, определяющих статус оператора информационной системы, составляет организация процессов использования информационной системы и установление правил ее использования для других лиц.

заложенная в содержание термина «оператор информационной системы», формирует особый интерес с позиции определения понятия владельца цифровой платформы в антимонопольном праве, учитывая, что, по указанию Л.К. Терещенко, любая цифровая платформа также является и информационной системой¹.

Интересно, что сравнительный анализ данных из открытого реестра программ для электронно-вычислительных машин Роспатента (далее – Реестр ПО Роспатента), Реестра российского программного обеспечения Минцифры РФ (далее – Реестр ПО Минцифры; совместно – Реестры ПО) и соглашений об использовании ключевых отечественных платформенных сервисов показывает, что далеко не всегда лицо, являющееся правообладателем программы для ЭВМ, образующей ядро платформы, совпадает с лицом, устанавливающим правила ее использования и доступа к ней.

В частности, обзор и сопоставление информации из открытых источников позволяет выявить следующие закономерности, подтверждающие упомянутый тезис:

1) в отношении программного обеспечения «Wildberries – программа для клиентов» правообладателем в Реестрах ПО значится ООО «Вайлдберриз» (основание возникновения исключительных прав – собственная разработка), в то время как функциональные возможности использования торговой площадки Wildberries предоставляются клиентам ООО «РВБ», именуемым в публичной оферте ее владельцем²;

2) в отношении программного обеспечения «Wildberries – программа для поставщиков» правообладателем в Реестрах ПО значится ООО «Вайлдберриз» (основание возникновения исключительных прав – собственная разработка), в то

¹ См. подробнее: Терещенко Л.К. Цифровые платформы: подходы к регулированию...С.167.

² См. подробнее: Государственная регистрация программы для ЭВМ «Wildberries - Программа для клиентов» [Электронный ресурс] // URL: https://www.fips.ru/registers-doc-view/fips_servlet?DB=EVM&DocNumber=2023619576&TypeFile=html (дата обращения: 13.03.2025); Wildberries - программа для клиентов [Электронный ресурс] // URL: https://reestr.digital.gov.ru/reestr/2338089/?sphrase_id=5769743 (дата обращения: 13.03.2025); Оферта торговой площадки Вайлдберриз [Электронный ресурс] // URL: <https://legal.wildberries.ru/consumers-offer/country/ru/lang/ru/> (дата обращения: 13.03.2025).

время как договор о реализации товаров на сайте Wildberries заключается с ООО «РВБ», именуемым в публичной оферте владельцем агрегатора о товарах¹;

3) в отношении программного обеспечения «Партнерский кабинет сервиса Яндекс.Маркет (рекламный функционал) (веб-интерфейс)» правообладателем в Реестре ПО Минцифры значится ООО «Яндекс» (основание возникновения исключительных прав – собственная разработка), в то время как договор на оказание услуг по размещению товарных предложений продавцов и предоставлению функционала платформы Яндекс.Маркет заключается между продавцом и ООО «Яндекс.Маркет»².

Во всех приведенных случаях договоры на условиях оферты об использовании цифровых платформ заключаются не правообладателями и (или) не имени правообладателей соответствующего программного обеспечения, а иными лицами, управляющими платформой, в том числе в своих собственных интересах.

Также отдельный интерес в контексте обозначенной выше проблематики представляет структура обладания исключительными правами на товарные знаки, определяющие бренд цифровых платформ. Правообладателями данных товарных знаков могут быть как правообладатели программ для ЭВМ, так и компании, которые фактически от своего лица предоставляют услуги цифровой платформы третьим лицам.

Например, правообладателем серии товарных знаков «Яндекс.Маркет» является ООО «Яндекс» (правообладатель программы для ЭВМ), а не ООО «Яндекс.Маркет», которое заключает договоры с пользователями цифровой платформы³. При этом в открытых реестрах отсутствуют данные о передаче

¹ См. подробнее: Государственная регистрация программы для ЭВМ «Wildberries - Программа для поставщиков» // URL: https://www.fips.ru/registers-doc-view/fips_servlet?DB=EVM&DocNumber=2023619375&TypeFile=html (дата обращения: 13.03.2025); Wildberries-Программа для поставщиков [Электронный ресурс] // URL: https://reestr.digital.gov.ru/reestr/2411836/?sphrase_id=5769743 (дата обращения: 13.03.2025); Оферта продавца: Россия [Электронный ресурс] // URL: <https://seller.wildberries.ru/terms/ru> (дата обращения: 13.03.2025).

² См. подробнее: Партнерский кабинет сервиса Яндекс Маркет (рекламный функционал) (веб-интерфейс) [Электронный ресурс] // URL: https://reestr.digital.gov.ru/reestr/2456587/?sphrase_id=5770011 (дата обращения: 13.03.2025); Договор на оказание услуг по размещению Товарных предложений и предоставлению функционала по заключению договоров и/или предварительному бронированию Товаров на Сервисе (Яндекс.Маркет) [Электронный ресурс] // URL: https://yandex.ru/legal/common_market_service_agreement/ru/ (дата обращения: 13.03.2025).

³ См. подробнее общедоступную информацию о регистрации товарных знаков № 1047299, № 1047301, № 1034327, № 1034328, № 1031863 и других из серии «Яндекс.Маркет» на официальном портале Роспатента [Электронный ресурс] // URL: <https://searchplatform.rospatent.gov.ru/trademarks> (дата обращения: 18.03.2025).

данных товарных знаков в пользование по лицензионным договорам ООО «Яндекс.Маркет». В свою очередь, правообладателем товарных знаков из серии бренда «Wildberries» («Вайлдберриз») является как ООО «Вайлдберриз» (правообладатель программы для ЭВМ), так и ООО «РВБ», управляющее цифровой платформой¹. Сказанное наталкивает на мысли о возможном вовлечении нескольких хозяйствующих субъектов в деятельность по коммерциализации цифрового платформенного бизнеса и организации условий функционирования цифровой платформы как имущественного комплекса.

Кроме того, данные Единого государственного реестра юридических лиц свидетельствуют о том, что компании ООО «Вайлдберриз» принадлежит доля в уставном капитале ООО «РВБ» в размере 65 %, что ставит вопрос о возможности и целесообразности оценки поведения данных организации в составе группы лиц по основанию п. 1 ч. 1 ст. 9 Закона о защите конкуренции как «единого хозяйствующего субъекта»².

На мысль о возможном наличии сложного субъектного состава при совершении злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровой платформы наталкивают и материалы правоприменительной практики. Например, при рассмотрении дела по признакам злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровой платформы на рынке предустанавливаемых мобильных приложений для Android-устройств в качестве ответчиков по делу были привлечены три компании – Google Inc., Google Ireland Limited и ООО «Гугл». Согласно выдержкам из решения, «...Google Inc. является владельцем ОС Android..., разработчиком мобильных приложений и сервисов предназначенных для мобильных устройств, функционирующих на базе ОС «Андроид», и «Google [прим. – общий термин для Google Inc. и Google Ireland Limited] принадлежат права на ОС «Андроид» и

¹ См. подробнее общедоступную информацию о регистрации товарных знаков № 503537, № 431803, № 825988, № 742505 и других из серии «Wildberries» («Вайлдберриз») на официальном портале Роспатента [Электронный ресурс] // URL: <https://searchplatform.rospatent.gov.ru/trademarks> (дата обращения: 18.03.2025).

² См. подробнее: Предоставление сведений из ЕГРЮЛ/ЕГРИП по поисковым запросам «ООО «РВБ» (ОГРН 1247700471919)», «ООО «Вайлдберриз» (ОГРН 1067746062449) [Электронный ресурс] // URL: <https://egrul.nalog.ru/index.html> (дата обращения: 18.03.2025).

приложения, входящие в пакет GMS, а также компания является правообладателем товарных знаков, связанных с использованием GMS»¹.

В качестве ответчика по делу о злоупотреблении доминирующим положением на рынке мобильных устройств под управлением операционной системы iOS была привлечена компания Apple Inc., впоследствии признанная виновной в совершении правонарушения. По тексту решения Apple Inc. идентифицируется как разработчик и правообладатель операционной системы iOS и магазина приложений App Store – программного обеспечения тех цифровых платформ, посредством которых было допущено злоупотребление доминированием. При этом в разбирательстве также участвовала российская дочерняя компания Apple Inc. – ООО «Эппл Рус», но только в качестве заинтересованного лица².

Одно из последних предупреждений относительно прекращения действий (бездействий), содержащих признаки нарушения антимонопольного запрета по ст. 10.1 Закона о защите конкуренции при использовании маркетплейса Wildberries также выдано в адрес двух компании – ООО «Вайлдберриз» (правообладателя программ для ЭВМ) и ООО «РВБ», управляющего платформой и являющегося правообладателем серии товарных знаков Wildberries³.

В то же время, в имущественном обороте сохраняются примеры, когда одно и то же лицо выступает как правообладателем программного обеспечения цифровой платформы, а также товарных знаков соответствующего бренда, так и осуществляет непосредственное управление инфраструктурой платформ

¹ Решение и предписание ФАС России № АД/54066/15 по делу № 1-14-21/00-11-15 от 5 октября 2015 г. (дело Яндекс против Google Inc.) [Электронный ресурс] // URL: <https://br.fas.gov.ru/ca/upravlenie-regulirovaniya-svyazi-i-informatsionnyh-tehnologiy/ad-54066-15/> (дата обращения: 31.05.2024). Производство по делу в отношении ООО «Гугл» было позднее прекращено в связи с отсутствием доказательств совершения действий, содержащих признаки злоупотребления доминирующим положением, в то время как две другие компании были признаны нарушителями.

² Решение ФАС России № АД/74808-ДСП/20 по делу № 11/01/10-24/2019 от 28 августа 2020 г. (АО «Лаборатория Касперского» против Apple Inc.) [Электронный ресурс] // URL: <https://br.fas.gov.ru/ca/upravlenie-regulirovaniya-svyazi-i-informatsionnyh-tehnologiy/b70e9d96-8d39-46f5-9d7d-342da95b354b/?query=apple> (дата обращения: 13.03.2025).

³ Предупреждение ФАС России № МШ/8868/25 от 4 февраля 2025 г. о прекращении действий (бездействия), которые содержат признаки нарушения антимонопольного законодательства [Электронный ресурс] // URL: <https://br.fas.gov.ru/ca/upravlenie-regulirovaniya-svyazi-i-informatsionnyh-tehnologiy/6ba61d6f-747a-4293-9e8d-81a31890245c/> (дата обращения: 18.03.2025).

(например, ООО «Интернет Решения» в отношении маркетплейса и бренда Ozon), не диверсифицируя данные роли между разными лицами¹.

Вышеизложенное позволяет аргументировать основную идею относительно определения понятия владельца цифровой платформы в антимонопольном законодательстве: содержание данного термина нельзя сводить исключительно к правообладателям программ для ЭВМ, составляющих цифровую платформу. Владелец цифровой платформы может быть правообладателем программ для ЭВМ, на базе которых функционирует инфраструктура цифровой платформы, но не всегда сводится к таковому.

Толкование понятия владельца цифровой платформы только через категорию правообладателя программ для ЭВМ, как это встречается в литературе, искусственно сужает круг хозяйствующих субъектов, обязанных соблюдать специальный запрет злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровых платформ по ч. 1 ст. 10.1 Закона о защите конкуренции².

Фактические реалии имущественного оборота складываются так, что в возможное злоупотребление доминирующим положением посредством цифровой платформы может быть вовлечен не только правообладатель программного обеспечения, но также и иные лица, в том числе правообладатели товарных знаков в составе платформы. Правообладатель программы для ЭВМ, составляющей основу платформы, может на основании лицензионного договора предоставить право ее использования другому хозяйствующему субъекту (п. 1 ст. 1235 ГК РФ), при этом также сохранив возможности использования объекта, либо передать исключительные права на данное программное обеспечение в доверительное

¹ См. подробнее общедоступную информацию о регистрации товарных знаков № 1092609, № 1044992 и других из серии «Ozon» на официальном портале Роспатента [Электронный ресурс] // URL: <https://searchplatform.rospatent.gov.ru/trademarks> (дата обращения: 18.03.2025); Договор для продавцов товаров на Платформе Ozon [Электронный ресурс] // URL: <https://seller-edu.ozon.ru/contract-for-sellers/contract-goods/contract-for-sell-goods-on-ozon> (дата обращения: 18.03.2025); Лицензионное соглашение на использование программы «ozon.ru для iPhone» [Электронный ресурс] // URL: <https://docs.ozon.ru/common/pravila-prodayoi-i-rekvizity/litsenzionnoe-soglasenie-na-ispol-zovanie-programmy-ozon-ru-dlya-iphone/?country=RU> (дата обращения: 18.03.2025).

² См., например, Ашфа Д.М. Антиконтурные практики на цифровых рынках и правовые способы их пресечения // Журнал российского права. 2024. № 4. С. 89.

управление иному лицу (п. 1 ст. 1013 ГК РФ) таким образом, что наряду с правообладателем использование цифровой платформы путем организации взаимодействия третьих лиц на ней будет осуществлять иной хозяйствующий субъект, действующий на законных основаниях и, зачастую, входящий в одну группу лиц с правообладателем соответствующей программы для ЭВМ и (или) товарных знаков.

Представляется, что для целей применения запрета злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровых платформ приоритетное значение должен приобретать не только тот факт, кому на законном основании принадлежат объекты, входящие в состав цифровой платформы, но и сведения о том, кто осуществляет непосредственное использование соответствующих объектов на законном основании и определяет правила использования цифровой платформы третьими лицами.

В связи с этим, интересен опыт развития антимонопольного законодательства в Китае, где один из ключевых акцентов при регулировании цифровых рынков делается именно на недопустимости использования правил платформы для злоупотребления доминирующим положением на рынке¹. В дополнение к этому, обращает на себя внимание и ст. 18 Закона Республики Узбекистан от 03.07.2023 г. № ЗРУ-850 «О защите конкуренции», согласно которой оператору цифровой платформы, имеющему доминирующее положение, запрещается совершать действия, ограничивающие конкуренцию посредством установления требований об использовании сведений, технологий и цифровых продуктов².

Поскольку роль платформенных компаний в создании норм и правил поведения пользователей в сети Интернет, по мнению Ю.С. Харитоновой, постоянно возрастает, данный аспект должен подвергаться безусловному

¹ Антимонопольный закон КНР с поправками от 24 июня 2022 г. (вступает в силу 1 августа 2022 г.) [Электронный ресурс] // URL: <https://bricscompetition.org/uploads/pages/antimonopolnyj-zakon-knr-v-redak-059e460f11.pdf> (дата обращения: 12.03.2025).

² Закон Республики Узбекистан от 03.07.2023 г. № ЗРУ-850 «О защите конкуренции» [Электронный ресурс] // URL: <https://lex.uz/docs/6518383> (дата обращения: 13.03.2025).

антимонопольному анализу при расследовании дел о злоупотреблении доминирующим положением с использованием цифровых платформ¹.

Рыночная власть владельцев цифровых платформ, как видится, проявляется через установление правил использования цифровой платформы и условий доступа к ней, которые становятся «правилами игры» для целых цифровых рынков. Поэтому верной видится точка зрения исследователей, которые при определении понятия владельца или оператора цифровой платформы исходят из того, что таковым считается лицо, устанавливающее правила работы цифровой платформы².

Как оператор информационной системы не всегда является собственником технических средств, обеспечивающих обработку содержащейся в ней информации, также и владелец цифровой платформы не всегда выступает правообладателем программ для ЭВМ, баз данных, иных объектов интеллектуальной собственности, образующих цифровую платформу³.

При управлении цифровым платформенным бизнесом и основанного на таком управлении использовании платформы может наблюдаться как совмещение статуса правообладателя объектов интеллектуальной собственности, входящих в состав цифровой платформы, с ролью «технического оператора», устанавливающего правила использования платформы на законном основании, так и их разделение. Не исключается «дробление» функций по управлению входящими в состав цифровой платформы исключительными правами и имуществом, установлению и контролю исполнения условий доступа к ней между несколькими хозяйствующими субъектами, которые, тем не менее, могут входить в одну группу

¹ Харитонов Ю.С. Обычай в регулировании отношений с использованием цифровых платформ // Право и бизнес. 2024. № 2. С. 2-9.

² См. подробнее: Харитонов Ю.С. Автономия цифровых платформ генеративного искусственного интеллекта в регулировании отношений с пользователями // Актуальные проблемы российского права. 2024. № 8. С. 66-75; Краснова С.А. Гражданско-правовой статус операторов онлайн-платформ: неопределенное настоящее и возможное будущее // Имущественные отношения в Российской Федерации. 2022. № 1. С. 67-82; № 2. С. 76-86.

³ Несмотря на сходство указанных категорий, понятие оператора информационной системы и владельца цифровой платформы по антимонопольному праву не стоит отождествлять. Владелец цифровой платформы для целей применения запрета злоупотребления доминирующим положением по ст.10.1 Закона о защите конкуренции может выступать только субъект предпринимательской деятельности – хозяйствующий субъект, в то время как оператором информационной системы признается гражданин или юридическое лицо вне зависимости от факта осуществления предпринимательской или иной деятельности, приносящей доход. Кроме того, по смыслу запрета ст.10.1 Закона о защите конкуренции, речь идет только о владельцах коммерческих транзакционных платформ, в то время как термин «оператор информационной системы» охватывает операторов коммерческих, а также государственных и муниципальных информационных систем.

лиц и действовать в понимании антимонопольного законодательства как «единый хозяйствующий субъект». Сказанное позволяет говорить о рисках столкновения со сложным субъектным составом при квалификации поведения лиц в качестве злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровых платформ.

В связи с этим, под владельцем цифровой платформы понимается хозяйствующий субъект и (или) нескольких хозяйствующих субъектов, входящих в группу лиц, которым на законном основании принадлежит цифровая платформа как единый цифровой имущественный комплекс и которые обеспечивают совершение сделок по приобретению товаров (работ, услуг) в сети Интернет посредством цифровой платформы, а также устанавливают правила использования цифровой платформы и условия доступа к ней для третьих лиц.

Таким образом, лицами, которым адресован специальный запрет злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровых платформ ч. 1 ст. 10.1 Закона о защите конкуренции, является не только хозяйствующий субъект – правообладатель программного обеспечения цифровой платформы, но и иные лица, которым на законном основании принадлежат объекты прав, входящие в состав цифровой платформы, и которые устанавливают правила ее работы и условия доступа к ней для пользователей.

Вместе с тем, изучение цифровых платформ не ограничивается только определением указанных понятий. Дополнительные грани исследуемого объекта раскрываются в классификации цифровых платформ, внутри которой сосредоточены отдельные признаки и свойства высокотехнологичных платформенных структур.

Признавая возможность выделения государственных цифровых платформ, которая вытекает из самой природы рассматриваемого явления, отметим, что в настоящей работе речь пойдет только о цифровых платформах в сфере осуществления предпринимательской деятельности.

Универсальные классификации цифровых платформ данного типа в юридической науке, равно как и в иных отраслях научного знания, отсутствуют.

Так, одной из наиболее всеобъемлющих является предложенная Е.М. Стыриным, Е.Н. Дмитриевой метаклассификация цифровых посреднических площадок. Исследователи предлагают выделять виды цифровых платформы в зависимости от следующих критериев:

1) по функционалу: платформы электронной коммерции, коммуникационные платформы, мультимедийные платформы, краудсорсинговые платформы, транзакционные платформы, инновационные платформы, интегрированные платформы;

2) по экономической модели: платформы для обмена, платформы для творчества, платформы для разработки приложений;

3) по применяемым технологиям: платформы, предлагающие коммодитизированные услуги и платформы, предлагающие некоммодитизированные услуги;

4) по отраслевому признаку: например, платформы в области сельского хозяйства, медиа, образования, здравоохранения¹.

Авторскую классификацию цифровых платформ также формируют А.В. Бабкин, П.А. Михайлов, выдвигая следующие критерии определения вида рассматриваемых явлений:

1) по основным типам: инструментальная цифровая платформа (объединение разработчиков платформ и технологических решений, например iOS); инфраструктурная цифровая платформа (объединение поставщиков информации, разработчиков и операторов платформ, разработчиков и потребителей IT-сервисов, например ЭРА-ГЛОНАСС); прикладная цифровая платформа (заключение и выполнение сделок между различными экономическими субъектами, например Avito);

2) по масштабу деятельности: глобальные (YouTube), национальные (Qiwі), региональные (Predix);

3) по сфере деятельности: промышленность, коммуникации, обмен видео, транспорт и пр.;

¹ Стырин Е.М., Дмитриева Н.Е. Государственные цифровые платформы: формирование и развитие...С. 164.

4) по видам деятельности: рекламные платформы (поисковики Гугл, Яндекс и т.д.); продуктовые платформы (Яндекс.Лавка, СберМаркет); облачные платформы (Amazon Web Services, Windows Azur);

5) по функциям агрегаторов: выстраивание отношений (Uber); построение соответствий (Airbnb); проведение операции сравнения (Яндекс.Маркет и т.д.)¹.

Интересно заметить, что одним из самых популярных критериев разграничения цифровых платформ является функциональный признак. По функциональному назначению А.А. Карцхия выделяет такие виды коммерческих цифровых платформ, как осуществляющие электронную торговлю (включая глобальные Интернет-магазины (маркетплейс); предоставляющие информационные услуги и являющиеся агрегаторами данных; оказывающие услуги (пассажирские перевозки, предоставление компьютерных вычислительных мощностей или данных и др.); организующие управление интеллектуальных («умных») предприятий и иных технологических платформ; управляющие различным бизнесом в сфере финансовых и биржевых операций (включая криптобиржи, криптобанки, торговые электронные площадки)².

М.В. Рыжкова также отмечает, что классификации цифровых платформ по функциональному принципу является наиболее распространенной, многообразной, концентрирующей в себе такие разновидности цифровых платформ, как операционные (Uber), инновационные (Android, IOS), интегрированные (Apple: App Store, iCloud), инвестиционные (Kickstarter), агрегированные (Alibaba), социальные (Facebook), обучающие (Coursera) и другие³.

Аналогично, с точки зрения особенностей функционального устройства, Д.С. Эванс выделяет три основных вида многосторонних платформ: создателей рынка («Market-Makers»), содействующих совершению сделок между участниками отдельных групп; создателей аудитории («Audience-Makers»), соединяющих

¹ Бабкин А.В., Михайлов П.А. Цифровые платформы в экономике: понятие, сущность, классификация // Вестник Академии знаний. 2023. № 54 (1). С. 33.

² Карцхия А.А. Цифровые технологические (онлайн) платформы: российский и зарубежный опыт регулирования // Гражданское право. 2019. № 3. С. 32.

³ Рыжкова М.В. Концептуализация феномена «цифровая платформа»: рынок или бизнес? // Вестник Томского государственного университета. Экономика. 2019. № 47. С. 55.

рекламодателей и релевантную аудиторию; координаторов спроса («Demand-Coordinator»), которые, объединяя в себе все иные виды многосторонних платформ, хотя и не имеют в качестве прямой цели опосредование транзакций между пользователями или ретрансляцию рекламных сообщений на потребителей рекламы, реализуют предложение с сопутствующим тому созданием косвенных сетевых эффектов в двух или более группах¹.

Дискуссионным является видение А.А. Линец, где для целей решения проблемы гиг-занятости в зависимости от специфики взаимодействия владельца цифровой платформы, потребителя и исполнителя личного труда предлагается различать два вида цифровых платформ: платформы, обеспечивающие предоставление услуги с учетом географических рамок (Uber; Яндекс.Такси), и платформы, обеспечивающие предоставление услуги без учета географических рамок (маркетплейс) (часть работ на Profi.ru)². Однако данную классификацию вряд ли можно признать удачной: неясно, что именно понимается под соответствующими географическими рамками, а позиция относительно действия маркетплейса вне географических границ также является спорной³.

Рассматривая бизнес-модели цифровых платформ, В.Д. Маркова, используя критерий количества типов участников и способа создания дополнительной ценности, определяет две группы цифровых платформ: платформы-агрегаторы (двусторонние рынки, облегчающие транзакции между двумя видами участников – продавцами и потребителями) и многосторонние платформы (многосторонние рынки, как правило, объединяющие четыре вида участников – владельца платформы, потребителей, посредников и разработчиков дополнительных продуктов, осуществляющих разработки на базе ядра цифровой платформы)⁴.

¹ Evans D.S. The Antitrust Economics of Multi-Sided Platform Markets // Yale Journal on Regulation. Vol. 20.325. 2003. Pp. 334.

² Линец А.А. Проблемы квалификации отношений, складывающихся в рамках гиг-занятости // Трудовое право в России и за рубежом. 2021. № 3. С. 15.

³ Маркетплейс в его классическом виде не может оказывать услуги либо организовать оказание услуг по доставке товаров с условием их самовывоза на той территории, где отсутствует открытый под его брендом пункт выдачи товара либо соответствующий пункт логистического партнера маркетплейса.

⁴ Маркова В.Д. Платформенные модели бизнеса: подходы к созданию // ЭКО. 2019. № 5. С. 108.

Отдельные классификации видов цифровых платформ даются также в зависимости от области их реализации. Например, в сфере предпринимательской деятельности, по мнению Г.И. Абдрахманова, Л.М. Гохберг, А.В. Демьянова, выделяется не менее восьми типов цифровых платформ, среди которых маркетплейсы и агрегаторы; классифайды; шеринговые платформы; платформы рынка труда; финтех-решения и краудфандинг; информационно-справочные платформы; развлекательные ресурсы; социальные сети и мессенджеры¹.

На примере агрегаторов, А.Е. Шаститко, О.А. Маркова, оперируя критерием степени свободы потребителей и производителей при взаимодействии с площадкой, определяют четыре типа платформ:

- 1) с полной свободой каждой из сторон при принятии решения о заключении договора с контрагентом (HeadHunter);
- 2) только с одним вариантом выбора контрагента (позиция потребителя в Яндекс.Такси);
- 3) с максимальной свободой выбора контрагента на стороне потребителя и ограниченной свободой выбора у производителя (iTunes.store);
- 4) с максимальной свободой выбора контрагента на стороне производителя и ограниченной свободой выбора у потребителя (позиция таксиста как исполнителя услуг в Яндекс.Такси)².

Приведенные выше подходы к классификации цифровых платформ в сфере предпринимательской деятельности не являются исчерпывающими. Сказанное не удивляет, поскольку самое понятие цифровых платформ является многогранным, и, словно калейдоскоп, в зависимости от преломления того или научного взгляда, может проявлять те или иные свойства, привлекающие исследователей при классификации объектов. В конечном счете, все зависит от конкретной научно-практической задачи, ради которой проводится классификация, и той отрасли

¹ Платформенная экономика в России: потенциал развития: аналитический доклад / Г.И. Абдрахманова, Л.М. Гохберг, А.В. Демьянова и др.; под ред. Л.М. Гохберга, Б.М. Глазкова, П.Б. Рудника, Г.И. Абдрахмановой; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: ИСИЭЗ ВШЭ, 2023. С. 34.

² Шаститко А.Е., Маркова О.А. Агрегаторы вокруг нас: новая реальность и подходы к исследованию // Общественные науки и современность. 2017. № 4. С.9.

научного знания, в системе координат которой проводится исследование для решения поставленной проблематики.

Например, аналогичным образом, на базе ранее обозначенных подходов к определению понятия цифровой платформы, допустимо провести дифференциацию цифровых платформ в сфере осуществления предпринимательской деятельности по следующим основаниям:

1) по экономическому критерию и оценке цифровой платформы как отдельного рынка: в зависимости от количества участников рынка – двусторонние (WhatsApp) и многосторонние цифровые платформы (Купер); в зависимости от территории ведения деятельности – региональные (TapTable), национальные (МегаМаркет) и трансграничные (Вайлдберриз);

2) по организационно-экономическому критерию и оценке цифровой платформы как бизнес-модели: агрегаторы, маркетплейсы, поисковые системы, социальные сети, мессенджеры, сервисы стриминга, классифайды, платежные системы и др.¹;

3) по назначению инфраструктуры цифровой платформы: цифровые платформы для обмена информацией между отдельными группами пользователей в сети Интернет (VK, Звук); цифровые платформы для приобретения товаров (работ, услуг) и совершения сделок между отдельными группами пользователей в сети Интернет (Яндекс.Маркет, Озон);

4) с позиций программно-технических особенностей разработки программ для ЭВМ в составе цифровой платформы: цифровые платформы открытого типа, на базе программного кода которых сторонние разработчики создают собственные продукты, дополняющие платформу и усиливающие ее ценность (например, Apple iOS и магазин приложений App Store), и цифровые платформы закрытого типа, не допускающие использование основного программного кода сторонними разработчиками (например, МегаМаркет).

¹ «Бизнес-модель определяет, кто ваши клиенты, что вы продаете, как формирует предложение и почему ваш бизнес приносит прибыль. Кто-что-как-почему описывает бизнес-модель, в которой первые два компонента (кто и что) относятся к внешним аспектам, а вторые два (как и почему) – к внутренним измерениям». См. подробнее: Гассман О. Бизнес-модели: 55 лучших шаблонов / Оливер Гассман, Каролин Франкенбрегер, Микаэла Шик; Пер. с англ. – М.: Альпина Паблишер, 2016. С. 21.

Представленная классификация цифровых платформ в сфере осуществления предпринимательской деятельности может быть полезна, прежде всего, при проведении антимонопольного анализа по делам о злоупотреблении доминирующим положением владельцами цифровых платформ, в том числе при определении географических и продуктовых границ товарного рынка; в вопросах разработки критериальной системы доминирования в зависимости от особенностей инфраструктуры цифровой платформы (например, критерий сделок не применим к владельцам цифровых платформ, предназначенных исключительно для обмена информацией между пользователями (социальные сети), и приоритетными здесь могут становиться показатели количества аудитории).

Далее в исследовании проблематика злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровых платформ будет рассматриваться преимущественно на примере цифровых платформ, предназначенных для совершения сделок по приобретению товаров (работ, услуг) между отдельными группами пользователей в сети Интернет, поскольку их владельцы все чаще устанавливают несправедливые условия для пользователей, что становится новым вызовом для антимонопольного регулирования в России¹.

Вместе с тем, отдельный акцент при изучении поставленной проблематики также образует общий вопрос о соотношении понятий «цифровая платформа» и «цифровая экосистема»: являются ли они синонимичными либо же данные категории не совпадают? Данная проблематика в доктрине решена практически однозначно: общепринятым является подход, в соответствии с которым цифровая платформа и цифровая экосистема оцениваются как часть и целое, где цифровая платформа выступает некой опорной точкой, на базе которой создается более сложная структура – цифровая экосистема.

Цифровая экосистема не сводится исключительно к цифровой платформе: последняя есть лишь некий инфраструктурный базис, который обрастает множеством дополнительных, внеплатформенных элементов в рамках

¹ См. подробнее: Интервью Сергея Пузыревского информагентству «Интерфакс». Сергей Пузыревский рассказал о подготовке шестого антимонопольного пакета и о работе с маркетплейсами [Электронный ресурс] // URL: <https://fas.gov.ru/p/contents/2688> (дата обращения: 25.02.2025).

экосистемного подхода. На это, в том числе, указывают А.В. Белицкая, Е.Б. Лаутс, подчеркивая, что между определениями цифровой экосистемы и цифровой платформы имеется существенная разница¹.

Известно, что традиционная семантика термина «экосистема», предложенного в 1935 г. А. Тенсли, одним из первых экологов в мире, отсылает к единому сложному природному комплексу, образованному живыми организмами и средой их обитания (атмосферой, почвой, водоемами и т.п.), которые связаны между собой и образуют устойчивую целостность².

Несмотря на эколого-биологические истоки лингвистической единицы, «экосистема», данный термин, по аналогии со словом «платформа», со временем получил экономическое содержание. Как указывают С.В. Орехова, Н.Ю. Ярошевич, это произошло в конце XX в. в работах британских ученых Дж. Вальдеса и Дж. Ф. Мура³. При этом среди отличительных признаков экосистем авторы называют направленность на инновации, самообучающийся характер организации, важность единой организационной культуры, стратегический характер развития⁴. В дальнейшем экстраполирование термина экосистема на область экономической деятельности лишь усилилось, в том числе применительно к цифровой среде.

По мнению А.Е. Шаститко, А.А. Курдина, И.Н. Филипповой, экосистема есть совокупность хозяйствующих субъектов, тесно связанных с ключевой фирмой, технологией («фокальной инновацией», производимой одним из субъектов) или платформой (рассматриваемой как особый вид технологии и контролируемой владельцем или «спонсором» платформы) и взаимодействующих с ней и между

¹ Белицкая А.В., Лаутс Е.Б. Эффективность правового регулирования финансового рынка // Право и бизнес. 2023. № 2. С. 20.

² См. подробнее: Демографический энциклопедический словарь/ Гл. ред. Д. И. Валентей. — М.: Сов. энцикл., 1985 [Электронный ресурс] // URL: <http://geography.su/demogr/item/f00/s01/e0001422/index.shtml> (дата обращения: 01.12.2023); Данилов-Данильян В.И. Экосистема – одно из важнейших фундаментальных понятий современной науки // Экосистемы: экология и динамика. 2017. Том 1. № 1. С. 7.

³ См. подробнее: С.В. Орехова, Н.Ю. Ярошевич. Экосистемы и новая конкуренция: феномен «яйца и курицы» // Вопросы управления. 2022. № 2 (75). С. 35; Moore J.F. Predators and prey: a new ecology of competition // Harvard Business Review. 1993. № 71(3). P. 76.

⁴ С.В. Орехова, Н.Ю. Ярошевич. Экосистемы и новая конкуренция: феномен «яйца и курицы»...С. 37.

собой на базе гибридного механизма управления транзакциями, с асимметрией положения субъектов в пользу центрального участника¹.

Н.Г. Король, А.А. Курдина, А.А. Моросановой, апеллируя к М. Якобидесу, указывают, что цифровые экосистемы основаны на особом виде технологий – платформах – и той взаимозависимости, которая образуется между владельцем платформы и поставщиками комплементарных товаров и услуг: последние могут быть не связаны между собой договорными отношениями, но, как и в любой экосистеме, зависят друг от друга².

Для В.К. Андреева, [цифровые] экосистемы являют собой определенным образом связанную совокупность различных сервисов³. По наблюдениям Р.А. Эльмурзаевой, Н.А. Скрыльниковой, цифровые платформы образуют «ядро» современных бизнес-экосистем⁴. Каждая бизнес-экосистема, по взгляду авторов, образует подвижную сеть субъектов с различными ролями, взаимодействующих друг с другом для создания участниками устойчивой ценности и обмена ценностями между участниками⁵.

А.А. Курдин также расставляет важный акцент, указывая, что «цифровые платформы и цифровые экосистемы часто идут в комплексе для целей антимонопольной политики, поскольку цифровая платформа является ключевым звеном платформенной экосистемы»⁶. Аналогичный взгляд на вопрос о соотношении понятий цифровой платформы и цифровой экосистемы предлагают О.Е. Каленов, А.Ю. Бурова⁷.

¹ Шаститко А.Е., Курдин А.А., Филиппова И.Н. Мезоинституты для цифровых экосистем // Вопросы экономики. 2023. № 2. С. 69.

² Н.Г. Король, А.А. Курдин, А.А. Моросанова. Экономические основы конкурентной политики в сфере цифровых экосистем, 2021 [Электронный ресурс] // URL: <https://repec.ranepa.ru/rnp/wpaper/w2022049.pdf> (01.12.2023).

³ Андреев В.К. Об экосистеме и правовых проблемах цифровой экономики // Журнал предпринимательского и корпоративного права. 2022. № 1. С. 17.

⁴ Эльмурзаева Р.А., Скрыльникова Н.А. Бизнес-экосистемы на базе платформенных решений блокчейна // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2020. № 12. С. 648.

⁵ Там же.

⁶ Курдин А.А. Регулирование цифровых экосистем в рамках конкурентной политики: экономико-правовой подход // Научные исследования экономического факультета. Электронный журнал. 2021. Том 13. Выпуск. С. 11.

⁷ См. подробнее: Каленов О.Е. Цифровые экосистемы организаций // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. 2022. № 1. С. 140; Бурова А.Ю. Цифровые экосистемы: необходимость и содержание законодательного регулирования // Журнал российского права. 2024. № 1. С. 143.

Более того, понимание цифровой экосистемы как комплексного, объединяющего начала, в основе которого лежит платформенное решение, приводится и в нормативных актах. В частности, в разработанных Банком России «Основных направлениях развития финансового рынка Российской Федерации на 2024 год и период 2025 и 2026 годов», экосистема (цифровая экосистема) определяется 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. Экосистема может включать в себя закрытые и открытые платформы¹.

В Концепции общего регулирования деятельности групп компаний, развивающих различные цифровые сервисы на базе одной «Экосистемы», подготовленной Минэкономразвития России, цифровая экосистема рассматривает как 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.)².

Согласно решению Высшего Евразийского экономического совета от 11.10.2017 № 12 «Об Основных направлениях реализации цифровой повестки Евразийского экономического союза до 2025 года», цифровая экосистема – открытая устойчивая система, включающая субъекты цифровой экосистемы (физических, юридических, виртуальных и пр.), а также связи и отношения этих субъектов в цифровой форме на основе сервисов цифровой платформы³.

Безусловно, встречаются отдельные исследования с иным видением поставленной проблематики, где, например, транзакционные экосистемы

¹ «Основные направления развития финансового рынка Российской Федерации на 2024 год и период 2025 и 2026 годов» (разработаны Банком России) // Вестник Банка России. № 5. 23.01.2024.

² Концепция общего регулирования деятельности групп компаний, развивающих различные цифровые сервисы на базе одной «Экосистемы» [Электронный ресурс] // URL: https://economy.gov.ru/material/file/cb29a7d08290120645a871be41599850/konceptsiya_21052021.pdf (дата обращения: 01.12.2023).

³ Решение Высшего Евразийского экономического совета от 11.10.2017 № 12 «Об Основных направлениях реализации цифровой повестки Евразийского экономического союза до 2025 года» [Электронный ресурс] // https://docs.eaeunion.org/docs/ru-ru/01415258/scd_10112017_12 (дата обращения: 01.12.2023).

предлагают определять как многосторонние цифровые платформы¹. Однако данный подход является менее распространенным и не учитывает дополнительные и устойчивые свойства, которые приобретает цифровая экосистема, будучи организованной на базе платформенного решения.

Если исходить из предложенных Институтом экономической политики им. Е.Т. Гайдара критериев выделения цифровой экосистемы, то среди отечественного цифрового бизнеса можно определить более десяти цифровых экосистем, в том числе Сбер, Яндекс, VK, МТС, Тинькофф, Озон и др.². Обратившись к содержанию экосистемного предложения указанных цифровых игроков, можно увидеть, что в его центре действуют один или несколько владельцев цифровых платформ, обогащающих экосистемный бизнес данными, создающих возможности легкой и практически бесшовной интеграции пользователей в дополнительные сервисы компании, в том числе за счет особенностей позиционирования экосистемного продукта на рынке³.

Сказанное дополнительно иллюстрирует тезис: цифровая экосистема не тождественна цифровой платформе, последняя – это базовая единица, вокруг которой выстраивается целая экосистема, которая может включать различные с

¹ Иващенко Н.С., Зернова Л.Е., Мишаков В.Ю. Бизнес-экосистема как форма ведения бизнеса: виды, принципы партнерства и направления развития в текстильной промышленности // Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. 2022. № 1 (397). С. 40.

² В частности, речь идет о таких параметрах, как наличие среди сервисов компании хотя бы одной цифровой платформы, присутствие более чем на двух рынках и (или) отраслях, интегрированность сервисов друг с другом, высокая роль больших данных в бизнес-модели компании, единый бренд (см. подробнее: Институт экономической политики им. Е.Т. Гайдара. Цифровые экосистемы в России: эволюция, типология, подходы к регулированию [Электронный ресурс] // URL: https://www.iep.ru/files/news/Issledovanie_jekosistem_Otchet.pdf (дата обращения: 01.02.2024)).

³ См.: Заключение Палаты по патентным спорам от 14.10.2021 (Приложение к решению Роспатента от 11.11.2021 по заявке № 2019730127) «О государственной регистрации товарного знака» [Электронный ресурс] // URL: <https://cloud.consultant.ru/cloud/cgi/online.cgi?BASENODE=328743&req=doc&cacheid=99187744A159833ED3B0F8456B48ED6C&mode=fullsplus&rnd=DNsgw&base=RGSS&n=60878#KzDNq4Uw9Z8PWXH2> (дата обращения: 01.02.2024). Например, экосистема Сбера построена на базе ряда различных цифровых платформ, реализованных в многообразных сферах деятельности: в секторе банковских услуг (СберБанк.Онлайн, SBOL), телемедицине (Сбер.Здоровье), сфере развлечений (Звук и пр.) (см. подробнее: СБЕР — больше, чем банк. [Электронный ресурс] // URL: <https://www.sberbank.com/ru/ecs> (дата обращения: 01.02.2024); СБЕР. ТАСС. «Сбербанк: 180 лет рядом» [Электронный ресурс] // URL: <https://spec.tass.ru/sber180/> (дата обращения: 01.02.2024)). Продвижение таких услуг облегчается за счет единства клиентского опыта при взаимодействии с сервисами экосистемы, например, в части авторизации пользователей по универсальному идентификатору Сбер ID, участия в единой программе лояльности СберСпасибо, использованию специальных предложений в рамках подписки СберПрайм. Аналогичный экосистемный подход к выстраиванию бизнес-процессов демонстрируют и иные компании, например МТС, цифровая экосистема которой включает такие отрасли, как телеком, финтех (МТС Банк), медиа (видеосервис KION, МТС Медиа), ритейл (в части e-commerce), реклама (МТС Маркетолог) (см. подробнее: МТС. Обзор трансформации экосистемы [Электронный ресурс] // URL: <https://ar2021.mts.ru/wp-content/uploads/2022/09/mts-ar2021-rus-ch2.pdf> (дата обращения: 01.02.2024)).

точки зрения отраслевой принадлежности предложения товаров и услуг. При этом цифровая экосистема, как и цифровая платформа, не является субъектом прав, а выступает их объектом.

Интересно, что помимо категории цифровой экосистемы, в доктрине и законотворческой практике оперируют такими понятиями, как «экосистема цифровой платформы» и «экосистема цифровой экономики», различия между которыми также важно учитывать.

Идеи о наличии экосистемы внутри цифровой платформы начали развиваться с описания цифровых платформенных моделей в сфере программного обеспечения, на базе которых иные стороны создают дополнительную ценность платформенного продукта. Наиболее яркий пример – магазин приложений App Store, соединяющий разработчиков мобильных приложений и пользователей устройств Apple. С этих позиций, как указывают Дж. Паркер, М. Альстайн, экосистема цифровой платформы представлена, прежде всего, ее акторами: инвесторами (владельцами) цифровой платформы, разработчиками и потребителями¹.

По замечаниями С. Шолтен, Ю. Шолтен, экосистема цифровой платформы совместно созидает ценность цифровой платформы и помогает поддерживать интерес к ней на рынке: чем больше поставщиков присоединяется к платформе для обеспечения взаимодополняемости платформенного предложения, тем более ценной становится платформа для клиентов благодаря сформированному разнообразию. Для указанных авторов экосистема цифровой платформы также включает три элемента: владельца цифровой платформы, управляющего платформой; поставщиков дополнительных по отношению к основному предложению платформы программных продуктов, обеспечивающих «целостность» платформенного решения; клиентов платформы. Достижение

¹ Parker G.G., Alstyne M.W.V., Jiang X. Platform Ecosystems: How Developers Invert the Firm // MIS Quarterly. Vol. 41. №. 1. March 2017. P. 258.

единства указанных компонентов позволяет развивать инновации платформенного бизнеса¹.

Таким образом, понятие экосистемы цифровой платформы является более узким, чем определение цифровой экосистемы, и призвано описывать процессы внутреннего, синергитического взаимодействия между владельцем цифровой платформы и ее пользователями, в результате которого формируется общая ценность платформенного предложения.

Что касается категории экосистемы цифровой экономики, то она получила легальное определение в Указе Президента Российской Федерации от 09.05.2017 № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 – 2030 годы», в соответствии с которым экосистема цифровой экономики есть партнерство организаций, обеспечивающее постоянное взаимодействие принадлежащих им технологических платформ, прикладных Интернет-сервисов, аналитических систем, информационных систем органов государственной власти Российской Федерации, организаций и граждан². Таким образом, понятие экосистемы цифровой экономики является наиболее обширным, вбирающим в себя все иные единицы, включая цифровые платформы и цифровые экосистемы.

Поэтому при выстраивании иерархии рассмотренных понятий следует исходить из следующей расстановки структурных единиц, от простой к наиболее сложной:

- 1) базовая единица экосистемы цифровой экономики – цифровая платформа со своей внутренней экосистемой;
- 2) более сложное структурное звено цифровой экономики – цифровая экосистема, основанная на цифровых платформах;

¹ Scholten S., Scholten U. Platform-based Innovation Management: Directing External Innovational Efforts in Platform Ecosystems [Электронный ресурс] // URL: <https://www.researchgate.net/publication/224182676> (дата обращения: 01.12.2023).

² Указ Президента РФ от 09.05.2017 № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 – 2030 годы» // СЗ РФ. 15.05.2017. № 20. Ст. 2901.

3) наиболее сложносоставное явление эпохи цифровизации общественных отношений – экосистема цифровой экономики, вбирающая в себя и цифровые платформы, и цифровые экосистемы.

Проведенное разграничение между данными категориями обладает важным научно-практическим потенциалом, прежде всего, в аспекте постановки проблематики о возможном распространении запрета злоупотребления доминирующим положением на владельцев цифровых экосистем, поскольку появляются новые формы соперничества – не просто конкуренция рыночных предложений, а конкуренция экосистемных рыночных предложений с сопутствующим тому созданием сложностей по свободному переключению пользователей между цифровыми экосистемами. Особые опасения вызывают тенденции монополизации цифровых рынков через создание супер-приложений, или супераппов – одного из форматов, в котором реализуются цифровые экосистемы¹.

Если для противодействия злоупотреблению доминирующим положением владельцами транзакционных цифровых платформ закон уже предлагает специальный инструментарий ст. 10.1 Закона о защите конкуренции, то положение с оценкой антиконкурентного поведения владельцев цифровых экосистем остается неопределенным. В условиях «правовой» турбулентности в указанной части допустимым видится исходить хотя бы из возможности определения владельцев цифровых платформ, действующих на одном товарном рынке и существующих в рамках единой цифровой экосистемы, в качестве единого хозяйствующего субъекта – группы лиц, с применением к поведению таковой запретов злоупотребления доминирующим положением на товарном рынке (ст. 9, 10, 10.1 Закона о защите конкуренции).

Вместе с тем, сказанное не отменяет цепочки рассуждений по следующим направлениям: а) если признавать возможность формирования конкурентных отношений между владельцами цифровых экосистем, на основании каких

¹ Балашов Н.А. Как супераппы меняют рынок мобильных приложений // Бизнес-образование в экономике знаний. 2020. № 3. С. 14.

критериев следует устанавливать их доминирующее положение? б) в каких особенностях может проявляться злоупотребление доминирующим положением со стороны владельца цифровой экосистемы и требует ли сказанное введения специальных антимонопольных запретов для данных субъектов? в) может ли иметь место коллективное злоупотребление доминирующим положением владельцами цифровых экосистем?

Данные аспекты представляют дополнительные вызовы для антимонопольного законодательства в условиях монополизации цифровых рынков со стороны платформенных и экосистемных игроков.

Вывод: Под цифровой платформой, используемой для осуществления предпринимательской деятельности на товарном рынке, понимается принадлежащий на законном основании одному или нескольким хозяйствующим субъектам (группе лиц) единый имущественный объект (цифровой имущественный комплекс), включающий совокупность объектов в цифровой форме – программу или совокупность программ для ЭВМ, базы данных, исключительные права на указанные объекты, а также сопутствующие объекты: серверное компьютерное оборудование, здания, сооружения, транспортные средства, функционирующий под единым средством индивидуализации (товарным знаком, фирменным наименованием), основанный на использовании сетевых эффектов, обеспечивающий совершение сделок между продавцами и покупателями (потребителями) определенных товаров (работ, услуг) в сети Интернет, что определяет его в качестве цифровой платформы транзакционного типа.

Под владельцем цифровой платформы понимается хозяйствующий субъект или нескольких хозяйствующих субъектов, входящих в группу лиц, которым на законном основании принадлежит цифровая платформа как единый цифровой имущественный комплекс и которые обеспечивают совершение сделок по приобретению товаров (работ, услуг) в сети Интернет посредством цифровой платформы, а также устанавливают правила использования цифровой платформы и условия доступа к ней для третьих лиц. В связи с этим, лицами, которым

адресованы антимонопольные запреты на злоупотребление доминирующим положением с использованием цифровых платформ (ч. 1 ст. 10.1 Закона о защите конкуренции), является не только хозяйствующий субъект – правообладатель программного обеспечения цифровой платформы, но и иные лица, которым на законном основании принадлежат объекты прав, входящие в состав цифровой платформы, и которые устанавливают правила ее работы и условия доступа к ней для пользователей.

Цифровые платформы в сфере предпринимательской деятельности классифицируются различным основаниям: 1) экономическому как двухсторонний либо многосторонний рынок, 2) организационному как агрегаторы и маркетплейсы, 3) инфраструктурному - платформы для обмена информацией и для совершения сделок. При этом основным вызовом для российской экономики остается проблематика злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровых платформ, направленных на обеспечение совершения сделок по приобретению товаров (работ, услуг) между пользователями цифровой платформы в сети Интернет (цифровых платформ транзакционного типа).

§3. Понятие злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровых платформ

Категория доминирующего положения является одной из центральных в антимонопольном законодательстве. Традиционные трактовки данного понятия отсылают к властному господству, преобладанию¹ или возвышению над чем-либо².

Однако за видимой семантической простотой скрывается далеко не однозначная фактура: по сей день в доктрине конкурентного права дискуссионным является вопрос о природе и сущности категории доминирующего положения хозяйствующего субъекта на товарном рынке; отдельные споры ведутся и в контексте соотношения конструкций злоупотребления доминирующим положением и злоупотребления правом. Сказанное не может не учитываться при исследовании проблем злоупотребления доминирующим положением на цифровых рынках, поскольку фундаментальным образом предопределяет общий подход к оценке смыслов, заложенных в основе данного явления.

Учитывая сказанное, при изучении проблематики злоупотребления доминированием с использованием цифровых платформ логичным видится начать исследование с базового определения категории доминирующего положения в российском законодательстве.

В соответствии с легальным (законодательным) определением, доминирующим положением признается положение хозяйствующего субъекта (группы лиц) или нескольких хозяйствующих субъектов (групп лиц) на рынке определенного товара, дающее такому хозяйствующему субъекту (группе лиц) или таким хозяйствующим субъектам (группам лиц) возможность оказывать решающее влияние на общие условия обращения товара на соответствующем

¹ Толковый словарь русского языка / Под ред. Д.Н. Ушакова. — М.: Гос. ин-т «Сов. энцикл.»; ОГИЗ; Гос. изд-во иностр. и нац. слов., 1935-1940. Т.1. С. 431.

² Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений / Российская академия наук. Институт русского языка им. В.В. Виноградова. — 4-е изд., дополненное. — М.: Алгоритм, 2009. С. 253.

товарном рынке, и (или) устранять с этого товарного рынка других хозяйствующих субъектов, и (или) затруднять доступ на этот товарный рынок другим хозяйствующим субъектам (ч. 1 ст. 5 Закона о защите конкуренции).

Доминирующее положение является в целом допустимым и правомерным результатом осуществления предпринимательской деятельности на рынке, но оно не возникает само по себе: по логике действующих правовых подходов, появление доминирования и заложенных в нем возможностей, по общему правилу, зависит от достижения определенной доли на товарном рынке. Дело в том, что именно рыночная доля считается традиционным источником рыночной власти, обуславливающей возможности воздействия на рынок, используется в качестве индикатора таковой¹. При этом границы рыночной доли для целей определения доминирования с позиций антимонопольного анализа подвижны, и ее минимально требуемый порог на традиционном товарном рынке варьируется в следующих пределах:

а) если доля хозяйствующего субъекта (группы лиц) на рынке выше 50 % – доминирование презюмируется, при этом данная презумпция является опровержимой (пп. 1 ч. 1 ст. 5 Закона о защите конкуренции);

б) если доля хозяйствующего субъекта (группы лиц) на рынке менее 50 %, но более 35% – презумпция доминирования не применяется, но доминирующее положение может быть установлено антимонопольным органом при наличии признаков неизменности либо подверженности рыночной доли лишь малозначительным изменениям относительно долей других участников рынка, либо иных применимых характеристик (пп. 2 ч. 1 ст. 5 Закона о защите конкуренции);

в) если доля хозяйствующего субъекта (группы лиц) на рынке менее 35 % – он, по общему правилу, не считается доминирующим (ч. 2 ст. 5 Закона о защите конкуренции), но и здесь имеются исключения. К первой группе исключений относятся случаи коллективного доминирования, где допускается

¹ Bain J.S. Measurements of the Degree of Monopoly: A Note // *Economica*. 1943. Vol. 10. №. 37. Pp. 66; Kaplow L. Market Definition, Market Power // Harvard John M. Olin Discussion Paper Series Paper № 826, May 2015. P. 27.

снижение доли хозяйствующего субъекта до 8 % рынка при соблюдении иных предъявляемых требований (ч. 3 ст. 5 Закона о защите конкуренции). Вторую группу исключений составляют специальные пороги доминирования для отдельных хозяйствующих субъектов в зависимости от сферы осуществления деятельности: на рынке подвижной радиотелефонной связи требование к минимальной доле рынка сводится к 25 %¹, на оптовых и розничных рынках электрической мощности – к 20 %², применительно к финансовым организациям (кроме кредитных организаций), если речь идет о единственном в России товарном рынке, на котором действует такая финансовая организация, для признания доминирующей ей достаточно превысить минимальный порог доли рынка в 10 %³. На рынках поставки в сфере государственного оборонного заказа требования к нижнему порогу доли рынка отсутствуют вовсе: для установления факта доминирования достаточно, чтобы хозяйствующий субъект был включен в реестр единственных поставщиков (исполнителей, подрядчиков) либо являлся единственным производителем требуемой продукции⁴. Безотносительно доли товарного рынка презюмируется доминирующее положение субъекта естественной монополии (ч. 5 ст. 5 Закона о защите конкуренции).

Кроме того, законом предусмотрены «обратные» исключения, когда доминирующими, с позиций формальной оценки, по общему правилу, не признаются:

а) юридическое лицо, учредителем (участником) которого являются одно физическое лицо (в том числе индивидуальный предприниматель) или несколько физических лиц, если выручка от реализации товаров за последний календарный год такой компании не превышает 800 млн рублей, но данное правило не

¹ Ч.4 ст. 21 Федерального закона от 07.07.2003 № 126-ФЗ «О связи» // СЗ РФ. 14.07.2003. № 28. Ст. 2895; СЗ РФ. 2019. № 52 (часть I). Ст. 7796.

² Ст. 25 Федерального закона от 26.03.2003 № 35-ФЗ «Об электроэнергетике» // СЗ РФ. 31.03.2003. № 13. Ст. 1177; СЗ РФ. 2020. № 31 (часть I). Ст. 5040.

³ Постановление Правительства РФ от 09.06.2007 № 359 «Об утверждении условий признания доминирующим положения финансовой организации (за исключением кредитной организации) и правил установления доминирующего положения финансовой организации (за исключением кредитной организации)» // СЗ РФ. 11.06.2007. № 24. Ст. 2926; СЗ РФ. 09.09.2013. № 36. Ст. 4578.

⁴ Ст. 14 Федерального закона от 29.12.2012 № 275-ФЗ «О государственном оборонном заказе» // СЗ РФ. 31.12.2012. № 53 (ч. 1). Ст. 7600; СЗ РФ. 2012. № 53 (часть I). Ст. 7600.

применяется, например, к финансовым организациям (ч. 2.1. ст. 5 Закона о защите конкуренции);

б) индивидуальный предприниматель, не входящий в группу лиц с другим хозяйствующим субъектом или другими хозяйствующими субъектами по основаниям ч. 1 ст. 9 Закона о защите конкуренции, если его выручка от реализации товаров за последний календарный год не превышает 800 млн рублей, либо если индивидуальный предприниматель входит в группу лиц с иным хозяйствующим субъектом по п. 7 ч. 1 ст. 9 Закона о защите конкуренции или в группу лиц с хозяйствующим субъектом или хозяйствующими субъектами, единственным участником которого или каждого из которых являются одно или несколько лиц, входящих в группу с хозяйствующим субъектом или хозяйствующими субъектами по основанию п. 7 ч. 1 ст. 9 Закона о защите конкуренции, при условии, что суммарная выручка от реализации товаров таких хозяйствующих субъектов за последний календарный год не превышает 800 млн рублей (ч. 2.2. ст.5 Закона о защите конкуренции).

Интересно, что доминирующее положение может быть установлено не только в отношении какого-либо одного, отдельно взятого хозяйствующего субъекта, но и в отношении группы лиц (индивидуальное доминирование), а также в отношении «коллектива» доминантов (коллективное доминирование).

Доминирование группы лиц, несмотря на видимую множественность включенных в нее субъектов, определяется по общим нормам ч. 1 ст. 5 Закона о защите конкуренции, предназначенным для целей установления индивидуального доминирующего положения. В группе лиц каждый участник считается доминирующим независимо от наличия или отсутствия признаков доминирования у него лично, а сама группа лиц рассматривается в качестве единого хозяйствующего субъекта, «единой рыночной власти», в отличие от ситуации коллективного доминирования, где доминирующими признаются несколько участников рынка, не связанных друг с другом.

Хотя, по мнению И.В. Башлакова-Николаева, качественные критерии индивидуального и коллективного доминирования являются идентичными и

сводятся к наличию рыночной власти, сказанное не свидетельствует о полном совпадений подходов к их анализу, ведь в остальном для установления коллективного доминирования по ч. 3 ст. 5 Закона о защите конкуренции применяются особые правила, в числе которых¹:

а) специальные требования к совокупной доле рынка, приходящейся на участников «коллектива»: более 50 % – если коллектив включает до трех участников, и более 70 % для коллектива в составе до 5 участников;

б) относительная неизменность долей хозяйствующих субъектов или малозначительный характер их изменений в течение длительного времени, затрудненный доступ на товарный рынок;

в) невозможность замены реализуемых или приобретаемых участниками «коллектива» товаров другими, рост цены товара без сопутствующего тому падения спроса на товар, общедоступность информации о цене, условиях реализации или приобретения товара².

Все вышеприведенные положения являются базовыми правилами, регулирующими отношения доминирования на товарных рынках. Анализ указанных норм позволяет выявить следующие ключевые характеристики исследуемой категории по российскому праву:

а) доминирующее положение само не является объектом правового запрета;

б) доминирующее положение определяется только в отношении хозяйствующего субъекта (его группы лиц);

¹ Башлаков-Николаев И.В. О необходимости предупреждения объективного вменения при решении вопросов ответственности за коллективное доминирование // Законы России: опыт, анализ, практика. 2020. № 2. С. 65.

² В истории антимонопольной практики современной России коллективное доминирование неоднократно устанавливалось регулятором на рынке услуг подвижной радиотелефонной связи в отношении таких компаний, как ПАО «МТС», ПАО «МегаФон», ПАО «ВымпелКом» и ООО «Т2 Мобайл» (см., например, Решение ФАС России № 11/101943/23 по делу № 11/01/10-9/2023 от 04.12.2023 г. [Электронный ресурс] // URL: <https://br.fas.gov.ru/ca/upravlenie-regulirovaniya-svyazi-i-informatsionnyh-tehnologiy/f31b1090-bc4d-4b27-bac5-1a4f866f2454/> (дата обращения: 01.02.2024). Также ведомство указывает на выявленный факт коллективного доминирования компаний Wildberries и Ozon на рынке маркетплейсов (см. ФАС в СМИ: глава ФАС назвал доминирующим положение Wildberries и Ozon на рынке [Электронный ресурс] // URL: <https://fas.gov.ru/publications/24239> (дата обращения: 01.02.2024).

б) доминирующее положение оценивается не через абстрактную совокупность экономических связей, в которых задействован хозяйствующий субъект, а только применительно к конкретному товарному рынку¹;

в) благодаря доминирующему положению хозяйствующий субъект получает возможности решающего воздействия на рынок, устранения конкурентов с рынок, затруднения доступа к нему – иными словами, возможность использования преимуществ доминирующего положения в целях ограничения конкуренции на рынке в широком смысле этого слова, при этом сам факт реализации такой возможности не является обязательным, достаточно, чтобы она имелась «в потенциале»;

г) появление таких возможностей, как правило, связывается с достижением определенной доли рынка, приходящейся на хозяйствующего субъекта.

Как можно заметить, доминирующее положение предстает в качестве комплексной категории, вбирающей в себя набор различных элементов. Но наиболее важными из них являются субъективные и объективные признаки: субъективные показатели лежат в плоскости поведения лица, отражают наличие у хозяйствующего субъекта потенциальных возможностей по антиконкурентному воздействию на товарный рынок, а с объективными параметрами закон связывает появление таких способностей в целом.

Указанные признаки в науке и на практике получили наименование качественных и количественных критериев доминирования, которые требуют системного исследования и в только в своей совокупности свидетельствуют о наличии доминирующего положения как ситуации, при которой наблюдается аккумуляция в руках одного или нескольких хозяйствующих субъектов значительных объемов рыночной власти, обуславливающих способность реализации данной экономической силы в угоду собственным интересам, с сопутствующим тому намеренным ущемлением конкуренции как общественного блага, нарушением прав и законных интересов участников товарного рынка.

¹ Анализ товарных рынков осуществляется в соответствии с Приказом ФАС России от 28.04.2010 № 220 «Об утверждении Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке».

Важно отметить, что аналогичная системная совокупность качественного и количественного критериев применяется для установления доминирующего положения владельцев транзакционных цифровых платформ, однако их содержательная часть адаптирована к особенностям соответствующих цифровых рынков, где такой хозяйствующий субъект выступает посредником:

а) в части качественного критерия появление возможностей антиконкурентного воздействия на рынок связывается с наличием сетевого эффекта (п. 1 ч. 1 ст. 10.1 Закона о защите конкуренции), поскольку таковой становится источником рыночной власти владельцев цифровых платформ; при этом, по смыслу п. 4.1 ч. 1 ст. 4 Закона о защите конкуренции в совокупности с вышеуказанными нормами, в фокус правовой оценки попадает только двусторонний сетевой эффект, но неясно, как именно такой сетевой эффект должен быть определен и требуется ли измерение его «силы» для фиксации качественного критерия доминирования на цифровых рынках¹;

б) количественный критерий, вместо простого показателя доли рынка, вбирает в себя два иных элемента – показатель доли сделок между продавцами и покупателями, совершаемых с использованием цифровой платформы, в размере более 35 % от общего объема сделок на данном товарном рынке, а также показатель выручки владельца цифровой платформы, которая за последний календарный год должна превышать 2 млрд рублей (п. 2, 3 ч. 1 ст. 10.1 Закона о защите конкуренции).

Трансформация критериев доминирующего положения применительно к владельцам цифровых платформ, в частности, транзакционного типа, неслучайна: как будет показано далее, доминирующее положение связывается с наличием существенной рыночной власти, имея которую субъект может антиконкурентно воздействовать на рынок. По правилам действующего законодательства, без значительной рыночной власти не может быть и доминирования, поэтому задача

¹ Несмотря на отсутствие в Законе о защите конкуренции специальных критериев установления доминирующего положения владельцев нетранзакционных цифровых платформ, например социальных сетей, данные хозяйствующие субъекты не исключаются из сферы антимонопольного регулирования и так же являются адресатами запретов злоупотребления доминирующим положением, но на основании общих норм ст. 5, ст. 10 Закона о защите конкуренции.

по ее выявлению – ключевая при рассмотрении антимонопольных дел в этой области.

Однако если ранее, совершенно простым и понятным образом, рыночная власть устанавливалась через рыночную долю, которой обладает субъект, так как считалось, что рыночная власть субъекта находится в прямой зависимости от его доли рынка, то в условиях развития цифрового платформенного бизнеса традиционные метрики установления рыночной власти не всегда могут привести к достоверному результату¹.

Дело в том, что большая доля рынка не всегда является прямым свидетельством рыночной власти владельца цифровой платформы. Данный хозяйствующий субъект, доминируя на одном рынке, может использовать полученные на нем преимущества для нанесения антиконкурентного «удара» участникам рынка, смежного, или связанного с основным, где его рыночная доля невелика, либо, напротив, обладать значительной рыночной властью на рынке при обслуживании лишь незначительного количества пользователей, не имея высокой доли на нем². Но если критерий доли рынка в таких случаях не всегда применим, как тогда понять, что у владельца цифровой платформы есть рыночная власть доминанта, с получением которой он обязан воздерживаться от нарушения запретов злоупотребления доминирующим положением на рынке?

Отправная точка для поиска такого решения, как представляется, – классическая концепция барьеров по входу рынок, предложенная еще в 1956 г. Дж. Бейном, по утверждению которого доминирующие фирмы отличает возможность создавать барьеры для свободной конкуренции, в том числе порождать невзаимозаменяемость товара, или барьер дифференциации продукта³. Применительно к рынкам цифровых платформ сказанное проявляется, прежде всего, в невозможности переключения на альтернативные платформенные

¹ О традиционном подходе к измерению рыночной власти на основании доли рынка см. подробнее: Bain J.S. Measurements of the Degree of Monopoly...P. 67.

² Franck J.-U., Peitz M. Market Definition And Market Power in the Platform Economy. Centre on Regulation in Europe (CERRE). P. 73. [Электронный ресурс] // URL: https://cerre.eu/wp-content/uploads/2020/05/report_cerre_market_definition_market_power_platform_economy.pdf (дата обращения: 01.02.2024).

³ Bain J.S. Barriers to New Competition...P. 43.

площадки либо в необходимости нести высокие издержки на такое переключение (в том числе временные, связанные с поиском иных платформенных продуктов). Если в традиционной парадигме антимонопольного анализа барьеры для свободной конкуренции создаются и поддерживаются за счет обладания рынком в определенной его доле, то в цифровой реальности такое подкрепление становится возможным благодаря сетевым эффектам, генерируемым площадкой. Сетевой эффект, отражающий корреляцию ценности платформы в зависимости от количества подключенных к ней пользователей, превращается в один из основных индикаторов рыночной власти платформенной компании: в определенный момент она начинает управлять данной зависимостью и сообществами пользователей цифровой платформы в своих собственных интересах, недобросовестно извлекая из нее необоснованные конкурентные преимущества и действуя вразрез с принципами честной и свободной конкуренции¹. Более того, в случае с барьером «платформенного перехода», сетевой эффект и затраты на переключение усиливают друг друга, фактически блокируя пользователя внутри платформы («lock-in effect»). Поэтому можно утверждать о наличии определенной взаимозависимости между данными явлениями: с одной стороны, сетевой эффект поддерживает барьеры для свободной конкуренции, с другой стороны, сами барьеры обратно усиливают сетевой эффект; а чем сильнее становится сетевой эффект, тем, как правило, сложнее преодолевать создаваемые владельцем цифровой платформой барьеры².

Именно по этой причине в качественный критерий доминирования владельцев цифровых платформ вводится сетевой эффект: в его отсутствие сложно говорить о том, что платформенный бизнес обладает рыночной властью,

¹ Одними из первых определение сетевого эффекта при исследовании вопросов связывания программного обеспечения с программно-аппаратными средствами вывели М.Л. Катц и К. Шапиро, под которым они предложили понимать увеличение потребительской ценности товара в зависимости от количества потребляющих его лиц (См. подробнее: Katz M.L., Shapiro C. Network externalities, Competition, and Compatibility // The American Economic Review. 1985. Vol. 75. № 3. P. 424; Katz M.L., Shapiro C. Systems Competition and Network Effects // Journal of Economic Perspectives. 1994. Vol. 8. № 2. P. 94). Сегодня все большее внимание уделяется изучению параметров, на основе которых можно установить «силу» сетевого эффекта, в числе которых называются, в частности, конечная полезность цифровой платформы или экосистемы, взаимодополняемость и совместимость товара, обладающего сетевым эффектом (см. подробнее: Schüler F., Petrik D. Measuring network effects of digital industrial platforms: towards a balanced platform performance management // Information Systems and e-Business Management. 2023. Vol.21. P. 878).

² Bamberger K.A., Lobel O. Platform Market Power // Berkeley Technology Law Journal. 2017. Vol. 32. P. 1066.

раскрывающейся через способности по воздействию на рынок. Но для сетевого эффекта важно не просто сколько людей использует платформу вообще, а сколько людей делают это из твоего персонального круга, в особенности, если речь идет о социальных сетях¹. Сказанное обуславливает проблематику измеримости сетевого эффекта (очевидно, что просто подсчитать количество пользователей недостаточно, количество важно применительно к каждому отдельному пользователю), и, как следствие, разработку вспомогательных критериев доминирования для владельцев нетранзакционных цифровых платформ. Однако с учетом особенностей работы платформенных посредников в области электронной торговли, релевантным и возможным становится использование таких дополнительных количественных критериев доминирования, как размер прибыли, количество сделок, совершаемых через платформу и пр.

Таким образом, как при анализе критериальной системы определения доминирующего положения хозяйствующего субъекта, предусмотренной ч. 1 ст. 5 Закона о защите конкуренции, так и при обзоре критериев установления доминирования владельца транзакционной цифровой платформенной инфраструктуры на основании ч. 1 ст. 10.1 Закона о защите конкуренции, наличие доминирующего положения ставится в зависимость от одновременного присутствия двух определяющих его критериев – качественного и количественного, образующих корреляцию между составляющими рыночную власть способностями влиять на товарный рынок и объективными экономическими факторами, с наличием которых закон связывает их появление. «Симбиоз» таких параметров, с точки зрения права, позволяет дать квалификацию реального экономического положения хозяйствующего субъекта как доминирующего с применением адресованных таким игрокам нормативных запретов и правовых

¹ См. подробнее: Tucker C. Network Effects and Market Power: What Have We Learned in the Last Decade [Электронный ресурс] // URL: <https://sites.bu.edu/tpri/files/2018/07/tucker-network-effects-antitrust2018.pdf> (дата обращения: 01.02.2024). В аспекте персонализации сетевых эффектов применительно к транзакционным платформам важность приобретает, например, использование платформы твоими прямыми конкурентами и потенциальными покупателями. Управление сообществами пользователей платформы за счет сетевого эффекта в юридическом аспекте проявляется, прежде всего, в установлении правил использования платформы, без принятия и последующего исполнения которых юридически невозможно стать участником группы пользователей соответствующей цифровой платформы (например, подключиться к цифровой платформе в качестве продавца товаров (работ, услуг) и сохранить данный регистрацию на платформе в данном статусе).

последствий их нарушения. Фактически, если в структуре рынка появляется субъект со значительной рыночной властью, которая может использоваться против основ свободной и честной конкуренции, для целей предупреждения его антиконкурентного поведения в правовой материи такой субъект переходит в категорию доминирующего. При этом наличие статуса доминирующего на рынке владельца цифровой платформы подтверждается аналитическим отчетом по результатам анализа состояния конкуренции на товарном рынке с использованием цифровой платформы, проводимым антимонопольным органом, а также отдельными решениями антимонопольного органа¹.

При этом важно понимать, что само по себе доминирующее положение, в том числе доминирующее положение владельцев цифровых платформ, лишь отражает набор потенциальных возможностей по влиянию на рынок, присущих хозяйствующему субъекту с существенной рыночной властью, и образует предмет правового воздействия, но не конкретное правоотношение, являющееся его результатом. Правоотношения в таком случае могут возникнуть лишь между государством и нарушителем вследствие несоблюдения адресованных доминирующему хозяйствующему субъекту в рамках ст. 10, 10.1 Закона о защите конкуренции запретов, и в таких правоотношениях получают реализацию нормы, с одной стороны, запрещающие определенное поведение, с другой стороны – устанавливающие ответственность за игнорирование введенных государством ограничений.

Поэтому, учитывая сказанное, нельзя не согласиться с Р.О. Халфиной в том, что следует проводить разграничение между нормами, создающими предпосылки для правоотношений, и нормами, непосредственно регулирующими правоотношения: первые, к которым, несомненно, относятся нормы, определяющие доминирующее положение хозяйствующего субъекта

¹ См. подробнее: Приказ ФАС России от 28.04.2010 № 220 «Об утверждении Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке» // Бюллетень нормативных актов федеральных органов исполнительной власти. № 34. 23.08.2010; Официальный Интернет-портал правовой информации <http://www.pravo.gov.ru>, 05.06.2020. Также см., например: Решение ФАС России №АД/115711-ДСП/20 по делу № 11/01/10-41/2019 от 29 декабря 2020 г. (дело Booking.com) [Электронный ресурс] // URL: <https://br.fas.gov.ru/ca/upravlenie-regulirovaniya-svyazi-i-informatsionnyh-tehnologiy/cdf15018-ef29-40e8-acbd-d39edc8aee39/> (дата обращения: 31.05.2024).

(ч. 1 ст. 5, ч.1 ст.10.1 Закона о защите конкуренции), непосредственно не регламентируют правоотношения, в которых реализуются взаимные связи участников, а лишь определяют правовое положение (статус) субъекта в различных сферах, выступая их «предвестником»¹.

В связи со сказанным следует поддержать позицию исследователей, рассматривающих доминирующее положение хозяйствующего субъекта в качестве такой правовой категории, как особый правовой статус субъекта предпринимательской деятельности, наделяющий его дополнительными правами и обязанностями, с наличием которого связывается специальная юридическая ответственность и меры воздействия². При таком подходе реальное, экономически сильное положение субъекта экономических отношений в рынке, с одной стороны, поднимаясь на уровень правового анализа и становясь его неотъемлемой частью в

¹ Халфина Р.О. Общее учение о правоотношении. – М.: Юридическая литература, 1974. С. 56.

² Идеи о признании доминирующего положения хозяйствующего субъекта в качестве правового статуса развиваются в трудах С.А. Парашука, Е.С. Хохлова и др. (см. подробнее: Парашук С.А. Доминирующее положение хозяйствующего субъекта как базовая категория законодательства о защите конкуренции // Предпринимательское право. 2014. № 2. С. 47; Парашук С.А. Понятие и виды монополий по законодательству России // в сборнике Актуальные вопросы современного конкурентного права. Сборник научных трудов / М.А. Акимова, А.В. Белицкая, В.С. Белых и др.; отв. ред. М.А. Егорова. М.: Юстицинформ, 2017. Вып. 1. С. 236; Хохлов Е.С. Доминирующее положение хозяйствующего субъекта в конкурентном праве: дисс. канд. юрид. наук. М.: 2023. С. 51). Важно обратить отдельное внимание на тот факт, что в теории права соотношение понятий «правовое положение» и «правовой статус» остается дискуссионным: от полного отождествления терминов (см.: Матузов Н.И. Теория государства и права: учебник / Н.И. Матузов, А.В. Малько. 5-е изд. М.: Дело, 2020. С. 181) до их противопоставления, где правовое положение рассматривается в качестве более обширной категории, чем правовой статус, включающей в себя, помимо прав и обязанностей, такие предстатусные и постстатусные элементы, как гражданство, правоспособность, систему гарантий, в том числе юридическую ответственность, и правовые принципы (см.: Витрук Н.В. Общая теория правового положения личности: монография / Н.В. Витрук. – М.: Норма: ИНФРА-М, 2018. С. 32). Также высказывается мнение, что правовой статус, включающий такие элементы, как правосубъектность, общие права и обязанности лица, образует основу правового положения субъекта, которое, в свою очередь, уже может включать и конкретные, субъективные права и обязанности лица (см.: Алексеев С.С. Общая теория права: в 2 т. Т. 2. М.: Юрид. лит., 1982. С.142-143); что правовой статус [личности] отражает реальное положение [человека] в обществе и вводит его в законодательные рамки (см.: Рассказов Л.П. Теория государства и права: учебник для вузов / Л.П. Рассказов. 8-е изд. – Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2024. С. 173). Кроме того, категория правового статуса наделяется свойством статичности, стабильности, описывается как правовая абстракция, действующая в отношении абстрактного субъекта, объединяющая в себе предусмотренные юридическими нормами права и обязанности лица, в то время как правовое положение характеризуется как «динамичный комплекс постоянно изменяющихся прав и обязанностей конкретного субъекта, обусловленных его вступлением в те или иные отношения», как применимый к «конкретному персонально индивидуализированному лицу» конструкт, включающий не только абстрактную совокупность прав и обязанностей, но и реальные права и обязанности лица, возникающие в связи со вступлением последнего в конкретные правоотношения (см.: Дотдаева О.Н. К вопросу о понятии и структуре конституционно-правового статуса // Труды Института государства и права Российской академии наук. 2013. № 2. С.28, 33). В контексте сказанного, наиболее релевантной для описания конструкции доминирующего положения хозяйствующего субъекта представляется именно категория правового статуса, поскольку доминирующее положение в его чистом виде не связывается с участием хозяйствующего субъекта в конкретных правоотношениях, описывает общие, потенциальные возможности воздействия на рынок, обуславливает необходимость соблюдения общих для всех доминантов запретов, обладает признаком относительной устойчивости, проистекающей из неизменности рыночной доли хозяйствующего субъекта в определенный период времени, используемой в качестве одного из критериев установления его доминирования.

виде правовой конструкции доминирования, вызывает к жизни правовую обязанность воздерживаться от недобросовестного использования конкурентных преимуществ такого положения, с другой стороны, становится одним из ключевых условий и предпосылок возникновения охранительных правоотношений, в которых реализуется защитная функция государства (при нарушении запретов злоупотребления доминирующим положением, установленных ст. 10, 10.1 Закона о защите конкуренции).

В юридической науке также предлагается определять доминирующее положение через правовую категорию юридического факта-состояния, данное мнение высказывается, например, в работах Д.А. Петрова¹. При этом также, с позиций юридической квалификации, не исключается определение доминирующего положения как юридического условия, в отсутствие которого хозяйствующий субъект не может быть привлечен к юридической ответственности за антимонопольное нарушение в форме злоупотребления доминирующим положением на товарном рынке².

¹ Петров Д.А. Рыночная власть и переговорная сила как категории антимонопольного регулирования // Конкурентное право. 2021. № 1. С. 5.

² О юридических фактах-состояниях одним из первых высказался Е.Н. Трубецкой, по указанию которого «право может изменяться не только вследствие мимолетных событий, но и под влиянием длящихся состояний». (см.: Трубецкой Е.Н. Труды по философии права / Вступ. ст., сост. и примеч. И.И. Евлампиева. – СПб.: Издательство РХГИ, 2001. С. 405). Допуская выделение состояний в отдельную группу юридических фактов, определение доминирующего положения в качестве такового заключает в себе возможность для дискуссии. Традиционно, под юридическим фактом понимается факт, с которым закон связывает возникновение, изменение или прекращение правоотношений (см.: Агарков М.М. Понятие сделки по советскому гражданскому праву / Проф. М.М. Агарков / Советское государство и право. – М., 1946. № 3-4. С. 46); обстоятельства, с наличием или отсутствием которых норма права связывает возникновение, изменение или прекращение правоотношений, поскольку ни одно правоотношение не может возникнуть непосредственно из закона (см.: Толстой Ю.К. К теории правоотношения. – Л.: Издательство Ленинградского Университета, 1959. С.13); факты реальной действительности, с которыми законы и иные правовые акты связывают возникновение, изменение или прекращение гражданских прав и обязанностей (гражданских правоотношений) (Суханов Е.А. Гражданское право: учебник: в 4 т. / отв. ред. Е.А. Суханов. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Статут, 2019. С. 377); конкретные жизненные обстоятельства, вызывающие в соответствии с нормами права наступление тех или иных правовых последствий – возникновение, изменение или прекращение правового отношения (Исаков В.Б. Юридические факты в советском праве. – М.: Юридическая литература, 1984. С. 10). Как можно заметить, системообразующим признаком категории «юридический факт» является его способность вызвать к жизни определенное правовое последствие, а именно правоотношение. Если учитывать, что, по замечаниям О.С. Иоффе, «всякое правовое отношение всегда существует как отношение между конкретными лицами», «...юридически закрепляет взаимное поведение его участников» (см.: О.С. Иоффе. Избранные труды по гражданскому праву: Из истории цивилистической мысли. Гражданское правоотношение. Критика теории «хозяйственного права». – 4-е изд. – Москва: Статут, 2020. С. 527), то какое именно правоотношение появляется просто в результате приобретения доминирующего положения, в отсутствие нарушения связанных с его реализацией запретов? Ведь далеко не редкими являются случаи, когда хозяйствующий субъект, занимая доминирующее положение, осуществляет предпринимательскую деятельность в соответствии с законом, не нарушая требований антимонопольного регулирования. Представляется, что в данном случае между хозяйствующим субъектом, государством, иными участниками оборота не образуются индивидуально-определенные правовые связи, которые можно было бы считать правоотношением: имеет место действие правовых

При наличии устойчивых тенденций по «юридизации» категории доминирующего положения, когда конструкцию доминирующего положения все чаще предлагают признавать исключительно в качестве правовой в связи с созданием определенных правовых последствий, рассматривать как правовой эквивалент экономического понятия рыночной власти, раскрывающего возможности реализации преимуществ, предоставленных объективным рыночным положением, также встречаются и противоположные взгляды по данному вопросу¹.

Например, среди исследователей развивается идеи о том, что доминирующее положение, будучи закрепленным в нормах права, мыслится только как экономическое понятие, полным образом отождествляемое с экономической концепцией рыночной власти. В частности, такое мнение высказывается В.А. Мазуренко², а также в ранних работах Е.Ю. Борзило³.

При всей познавательной ценности приведенных воззрений, они не лишены критики: во-первых, прямого содержательного тождества между доминированием и рыночной властью не существует хотя бы потому, что для целей правового установления доминирующего положения в российской практике учитывается не любая рыночная власть вообще, а только рыночная власть в ее значительном

норм, которые, по замечаниям В.Б. Исакова (см.: Исаков В.Б. Юридические факты в советском праве. – М.: Юридическая литература, 1984. С. 18), хотя и могут являться элементом правообразующих, правоизменяющих, правопрекращающих составов, являются не юридическим фактом, а предшествующим составу юридическим условием, в данном случае – обуславливающим особый правовой статус доминирующего хозяйствующего субъекта с последующей адресацией ему специальных правовых запретов, от нарушения которых он должен воздерживаться. Применение концепции общерегулятивных правоотношений (см., например, Новикова Ю.С. К вопросу о концепции общерегулятивных правоотношений // Вестник Челябинского государственного университета. 2015. №25 (380). Право. Вып. 45. С. 15-19) для обоснования допустимости квалификации доминирования как юридического факта также вызывает сомнения, поскольку, как представляется, правоотношение является именно конкретной, а не абстрактной правовой связью лиц, которая при доминировании проявляется только в случае, когда использование доминирующего положения приобретает антиконкурентный характер и в поведении конкретного лица проявляются признаки злоупотребления доминирующим положением на товарном рынке.

¹ См. подробнее: Хохлов Е.С. Понятие доминирующего положения хозяйствующего субъекта в конкурентном праве / в монографии: Конкуренция в рыночной экономике: пределы свободы и ограничений: монография / А.А. Амангельды, О.А. Беляева, А.Н. Варламова и др.; отв. ред. А.В. Габов. М.: ИЗиСП, Юриспруденция, 2016. С. 147; Егорова М.А. Доминирующее положение хозяйствующего субъекта как правовой аналог его рыночной власти // Юрист. 2016. № 1. С. 5.

² Мазуренко В.А. Доминирующее положение как признак стратегического значения хозяйственного общества // Актуальные проблемы российского права. 2021. № 11. С. 99.

³ Борзило Е.Ю. Новое в российском антимонопольном законодательстве // Вестник гражданского права. 2006. № 2. С. 75.

объеме, при достижении которого презюмируется получение возможностей дестабилизации имущественного оборота в своих интересах в разрез с интересами честной и справедливой конкуренции¹; во-вторых, категорию доминирующего положения недопустимо сводить исключительно к экономическому знаменателю и квалифицировать как понятие экономики: доминирующее положение – это конструкция правовая, введенная в антимонопольный закон в правовых целях. Интегрировав данную конструкцию в правовую категорию, законодатель фактически выделил доминирующих хозяйствующих субъектов в особый круг лиц, которым адресовал обязанность соблюдения общих и специальных запретов злоупотребления доминирующим положением на товарном рынке, за нарушение которых предусмотрел применение специальных мер юридической ответственности. Кроме того, через указанные правовые запреты законодатель фактически вводит ограничения на свободу осуществления предпринимательской деятельности для доминирующих хозяйствующих субъектов, например, с позиций свободы договора (не допускается экономически или технически необоснованный отказ от заключения договора, установление в договоре условий, которые могут быть невыгодны другой стороне и квалифицированы в качестве навязанных доминантом), свободы ценообразования (исключается установление таких цен на товары, которые могут являться монопольно низкими или монопольно высокими на соответствующем товарном рынке и пр.)².

При сопоставлении экономического понятия рыночной власти и легального определения понятия доминирующего положения по российскому законодательству можно обнаружить их некоторое сходство, но не полное

¹ В литературе отдельный акцент делается на том, что незначительной рыночной властью могут обладать даже мелкие предприятия в силу уникального месторасположения, репутации на рынке, потребительских предпочтений, а использование рыночной власти необязательно носит отрицательный характер, поскольку может осуществляться на благо рынка, например, путем стимулирования инноваций. Хотя бы поэтому следует согласиться с профессором А.Е. Шаститко в том, что, в отличие от концепции рыночной власти, доминирование на рынке существует далеко не во всех случаях (см.: Шаститко А.Е. Рыночная власть коллективно доминирующих компаний в контексте применения антимонопольного законодательства // Научные исследования экономического факультета. Электронный журнал. 2010. № 2. С. 56.).

² При этом основополагающая роль в данном контексте, безусловно, принадлежит ст. 34 Конституции РФ, которая, провозглашая свободу предпринимательской деятельности, признает недопустимой экономическую деятельность, направленную на монополизацию или недобросовестную конкуренцию. Закон о защите конкуренции развивает соответствующие правовые положения, в том числе в нормах о запрете злоупотребления доминирующим положением на товарном рынке, включая сферу деятельности владельцев цифровых транзакционных платформ.

совпадение: в центре внимания экономистов, разрабатывающих проблематику рыночной власти – не ее правовая оценка, а, прежде всего, установление круга экономических возможностей, составляющих данный вид экономической власти. Данные способности, безусловно, трансформируются в системообразующий признак доминирования и образуют то, что в доктрине конкурентного права принято называть его качественным критерием: через него раскрываются потенциальные возможности антиконкурентного влияния на товарный рынок, происходящие из факта обладания значительным в понимании норм антимонопольного права объемом рынка, и так же, отталкиваясь от него, регулятор дает правовую оценку поведению доминирующего субъекта.

Анализ экономических взглядов относительно трактовки понятия рыночной власти показывает, что круг определяющих ее способностей и саму рыночную власть принято описывать следующим образом:

а) как способность установить цену выше предельных издержек, в соответствии с идеями А.П. Лернера, высказанным еще в 30-е гг. XX века¹;

б) как возможность определять уровень цен выше конкурентного таким образом, что в краткосрочной перспективе это не приводит к потере продаж и необходимости обратного снижения цен, по мнению Р. Познера, Д. Лэндиса, представленному в 80-е гг. XX века²;

в) как возможность не только поддерживать и (или) повышать цены сверх конкурентных показателей, но и снижать качество товаров при сохранении цен и объемов продаж, с позиций Дж. Э. Хейя, обозначенных в 90-е гг. XX века³;

г) как возможность влиять на уровень цен и объем производства на рынке, по указанию К.Р. Макконнелла, С. Л. Брю, опубликованному в 2010-е гг.⁴;

д) применительно к владельцам цифровым платформ – помимо традиционной трактовки в виде возможности вводить более высокие цены без

¹ Lerner A. P. The Concept of Monopoly and the Measurement of Monopoly Power // The Review of Economic Studies. 1934. № 1(3). P. 161.

² Posner R.A., Landes W.M. Market Power in Antitrust Cases // Harvard Law Review. 1981. Vol. 94 (937). № 5. P. 937.

³ Hay G. A. Market Power in Antitrust // Cornell Law Faculty Publications. 1992. Vol. 60. Pp. 808.

⁴ McConnell C.R. Economics: principles, problems, and policies / Campbell R. MacConnel, Stanley L. Brue, Sean M. Flynn. 20th ed. McGraw-Hill Education. 2014. 996 pp. P. 214

корреспондирующего тому падению выручки, так же рассмотрение ее как способности предлагать одной из сторон платформы товары по «нулевой цене»¹;

е) как общую возможность компании самостоятельно и целенаправленно определять поведение других участников рынка, которая не сводится к опциям воздействия на уровень цен и объем производства на рынке, пусть те и являются ключевыми².

Примечательно, что в свое время вопрос о включенных в содержание рыночной власти способностях, требующих установления при расследовании антимонопольных дел [прим. – с позиций российского права – образующих смысловую основу качественного критерия доминирования], породил дискуссию о соотношении рыночной власти и монопольной власти.

По мнению первой группы ученых, понятие рыночной власти является более общим по отношению к власти монопольной: монопольная власть всегда является рыночной, но рыночная власть необязательно является монопольной. По словам Р. Познера, Д. Лэндиса, монопольная власть есть рыночная власть в ее высокой степени концентрации, и при рассмотрении дел о монополизации установления требует именно она³. В то же время, представители иной точки зрения, Т. Г. Краттенмейкер, Р.Х. Ланде, С.С. Салоп, апеллируя к противоречиям антимонопольного правоприменения в практике Верховного суда США, где рыночная власть, с одной стороны, понимается как способность поднимать цены выше конкурентного уровня, а монопольная власть – как сочетание способности повышать цены и возможности исключать конкурентов с рынка, все же полагают, что данные понятия являются качественно идентичными: оба описывают антиконкурентную экономическую власть, которая, в конечном итоге, может

¹ Прокопенко З.В. Многосторонние рынки в условиях новой цифровой реальности // Многополярная глобализация и Россия: материалы VIII Международной научно-практической конференции памяти А.Ю. Архипова. Ростов-на-Дону – Таганрог. 2021. С. 256.

² Новиков В.А. Рыночная власть фирмы: природа и формы проявления: Дис. ... канд. экон. наук: 08.00.01. Москва, 2005. С. 79.

³ Posner R.A., Landes W.M. Market Power in Antitrust Cases...P. 937.

поставить под угрозу благосостояние потребителей, разница кроется лишь в степени ее экономической мощи¹.

Как можно заметить, экономическая способность влиять на цены рассматривается в качестве наиболее характерного для рыночной власти признака, но по мере трансформации рыночных структур и углубления исследований в данной области, понятие рыночной власти подвергается все большей абстракции и концептуализации в целом. Такие тенденции воспринимаются и в отечественным антимонопольном регулировании, где необходимые рыночные возможности как для целей анализа традиционных, так и цифровых рынков устанавливаются через обобщение заложенных в них модусов: посредством таких элементов, как «решающие влияние на общие условия обращения товара на товарном рынке», «устранение других хозяйствующих субъектов с товарного рынка», «затруднение доступа на товарный рынок другим хозяйствующим субъектам».

Такой подход особенно актуален при исследовании деятельности владельцев цифровых платформ, поскольку вариативность моделей их возможного антиконкурентного поведения чрезвычайно разнообразна и также непредсказуема, как и развитие самих цифровых технологий. Невероятное распространение получают не только стремление воздействовать на цены (прежде всего, на цены товаров, реализуемых продавцами с использованием соответствующей платформенной инфраструктуры), но и затруднение доступа на товарный рынок за счет накопленных массивов пользовательских данных (включая персональные данные, «большие данные»), не ограничиваясь сказанным. При этом отдельным обстоятельством, формирующим простор для использования принадлежащей доминирующему владельцу цифровой платформы рыночной власти вразрез с интересами честной и свободной конкуренции, становится фактор нехватки переговорных возможностей, переговорной силы, уравнивающей силы на стороне пользователей цифровых платформ при вступлении в правоотношения с доминирующим хозяйствующим субъектом.

¹ Krattenmaker T.G., Lande R. H., Salop S. C. Monopoly Power and Market Power in Antitrust Law // Georgetown Law Journal. 1987. Vol. 76. № 241. P. 245.

При этом к числу пользователей цифровой платформы, чьи права и законные интересы затрагивает деятельность владельца цифровой платформы, в том числе в аспекте возможного злоупотребления доминирующим положением, относятся:

- 1) хозяйствующие субъекты, использующие цифровую платформу для извлечения прибыли или получения профессионального дохода путем продажи товаров (работ, услуг) потребителям платформы (например, продавец товаров на маркетплейсе);
- 2) потребители цифровой платформы, использующие цифровую платформу для приобретения товаров (работ, услуг), которые подразделяются на профессиональных и непрофессиональных потребителей. Профессиональными потребителями являются хозяйствующие субъекты, использующие цифровую платформу при осуществлении предпринимательской деятельности и приобретении товаров (работ, услуг) в целях их последующей перепродажи, обладающие специальными познаниями (например, знаниями, умениями и навыками оформления карточек товаров для их продажи через маркетплейс, настройки «воронки продаж» через агрегаторы и пр.). Непрофессиональные потребители приобретают товары (работы, услуги) посредством цифровой платформы для личного пользования, не связанного с предпринимательской деятельностью, и, как правило, в отношениях с владельцем цифровой платформы являются наиболее уязвимой стороной правоотношений, в силу таких факторов, как отсутствие развернутой нормативно-справочной поддержки по различным аспектам использования платформенного сервиса (например, отсутствие возможностей прямой коммуникации с продавцом товара (работы, услуги) непосредственно на цифровой платформе при несоответствии приобретенного товара заявленным в объявлении о продаже товара (работы, услуги) характеристикам, получение стандартизированных шаблонных ответов в «чате поддержки» по проблемам возврата товаров ненадлежащего качества, не учитывающих проблематику каждого отдельного случая возврата товара).

Так, организация бизнеса посредством цифровой платформы, с юридической точки зрения, как правило, предполагает, что владелец цифровой платформы заключает договоры с пользователями на условиях публичной оферты

(ст. 437 ГК РФ), использует конструкции публичного договора (ст. 427 ГК РФ), договора присоединения (ст. 428 ГК РФ). При таких обстоятельствах, по общему правилу, на стороне пользователей цифровых платформ, особенно непрофессиональных потребителей, переговорные возможности по определению или пересмотру условий соглашений об использовании цифровой платформы (например, положений о цене товаров (работ, услуг), обработке «избыточных» персональных данных и пр.) практически отсутствуют: чтобы стать пользователем цифровой платформы, лицо вынуждено согласиться с договорными и иными условиями, определенными платформенной компанией, например, с условием о приобретении основного товара (работы, услуги) исключительно вместе с «навязанным»¹. В отсутствие на стороне пользователей цифровой платформы переговорных возможностей, переговорной силы, уравнивающей силы, которые могли бы «сдерживать» рыночную и переговорную власть доминанта, создаются автоматические предпосылки для возможного злоупотребления доминирующим положением со стороны владельца цифровой платформы, использования заложенных в доминировании возможностей по управлению сообществами пользователей платформы (в том числе через создание обязательных для них правил поведения на платформе) в противоречии с принципами добросовестной конкурентной борьбы, добросовестного осуществления принадлежащих хозяйствующему субъекту гражданских прав².

¹ Whish R., Bailey D. Competition law: Oxford, Oxford University Press, 2012. 7th edition. P. 210.

² Отдельно стоит отметить, что, в контексте антимонопольного регулирования цифровых рынков, дополнительный интерес представляют категории «рыночная власть», «переговорная сила», «уравнивающая сила» и их соотношение. Данные понятия являются самостоятельными, их свойства проявляются в нижеследующем. Рыночная власть, как было показано ранее, обычно отличается возможностью воздействия на уровень цен, а также иные на условия конкуренции на рынке, как правило, в связи с обладанием определенной долей на товарном рынке. При этом рыночной власти также может сопутствовать переговорная сила, с которой связываются возможности влияния на параметры заключаемых сделок. Например, как отмечают А.Е. Шаститко, Н.С. Павлова, доминирующий на рынке продавец может обладать рыночной властью и сопутствующей ей переговорной силой, которая создает для него переговорные преимущества, позволяющие, в том числе устанавливать завышенные цены. При этом переговорной силой могут обладать и покупатели товаров, и как таковая она характеризует возможность компании влиять на результат рыночных сделок, отклонять цену в выгодном для себя направлении или привлекать объемы продаж, безотносительно своего рыночного положения. (см. подробнее: Шаститко А.Е., Павлова Н.С. Переговорная сила и рыночная власть: варианты соотношения и выводы для политики // Журнал Новой экономической ассоциации. 2017. № 2 (34). С. 39-57). При этом И.В. Князева и Н.Н. Заикин утверждают, что переговорная сила должна использоваться так, чтобы формировались позитивные последствия для покупателей, у которых нет рыночной власти или переговорной силы; во взаимоотношениях с доминирующим поставщиком покупатели могут достигнуть позитивного эффекта через использование «уравнивающей силы», характеризующей власть или силу не отдельного взятого покупателя, а неопределенного круга покупателей (см. подробнее: Князева И.В., Заикин Н.Н. Понятия «рыночная власть», «переговорная сила покупателя» и их использование в практике антимонопольного

Для того, чтобы соответствующие юридические конструкции, а также сама цифровая платформа не использовались владельцем в целях ограничения конкуренции, нарушения прав и законных интересов конкурентов и пользователей, из содержания рыночной власти доминирующих хозяйствующих субъектов, через систему запретов злоупотребления доминирующим положением на товарном рынке (ст. 10, 10.1 Закона о защите конкуренции), как бы «изымаются» отдельные вредоносные модели воздействия на товарный рынок с учетом установленных законом исключений (в том числе в аспекте заключения договоров с контрагентами).

В соответствии с ч. 1 ст. 10 Закона о защите конкуренции запрещаются действия (бездействие) занимающего доминирующее положение хозяйствующего субъекта, результатом которых являются или могут являться недопущение, ограничение, устранение конкуренции и (или) ущемление интересов других лиц (хозяйствующих субъектов) в сфере предпринимательской деятельности либо неопределенного круга потребителей, в том числе: а) установление, поддержание минимально высокой или минимально низкой цены товара; б) изъятие товара из обращения, если это к привело к повышению цен; в) навязывание невыгодных условий договора контрагентам; г) необоснованное сокращение или прекращения производства товара; д) необоснованный отказ или уклонение от заключения договора; е) необоснованное установление различных цен на аналогичный товар; ж) установление необоснованной цены финансовой услуги; з) создание дискриминационных условий; и) создание препятствий в доступе на товарный рынок или выходе из него; к) нарушение установленного нормативными правовыми актами порядка ценообразования; л) манипулирование ценами на оптовом и (или) розничных рынках электрической энергии (мощности).

Данные запреты с принятием «пятого антимонопольного пакета» применяются и к владельцам цифровых платформ, обеспечивающим совершение сделок по приобретению товаров (работ, услуг) между пользователями цифровой

платформы в сети Интернет. Перечень таких запретов является открытым, что имеет особую актуальность в вопросах борьбы со злоупотреблением рыночной властью на цифровых рынках¹.

Например, в Интернет-среде широкое распространение получает практика связывания, когда доминирующий владелец цифровой платформы использует свою рыночную власть не столько для того, чтобы управлять основным рынком, сколько для воздействия на рынок, связанный с основным²; предоставление доступа к качественному контенту платформы только при условии получения избыточных данных о пользователе; использование стратегий эксклюзивности и программ лояльности, в том числе привязанных исключительно к экосистемному предложению, как средства подавления сетевых эффектов конкурентных цифровых платформ и ограничения множественной адресации потребителей³.

В данном аспекте отдельного внимания заслуживает вопрос применимости «разумного подхода» при квалификации вышеприведенных антимонопольных нарушений и допустимых исключений для поведения доминирующего владельца платформы.

Известно, что большая часть поименованных в ч. 1 ст. 10 Закона о защите конкуренции запретов злоупотребления доминирующим положением является запретами «per se»: исключения из общей подхода установлены только в отношении действий (бездействия), перечисленных в пп. 4, 8, 9, 11 ч. 1 ст. 10 Закона о защите конкуренции (например, для создания дискриминационных условий, создания препятствий доступа на товарный рынок или выходу из товарного рынка другим хозяйствующим субъектам)⁴. Согласно

¹ Федеральный закон от 10.07.2023 № 301-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О защите конкуренции» // СЗ РФ. 17.07.2023. № 29. Ст. 5319.

² На необходимость исследования поведения владельца цифровой платформы не только на основном, но и на связанном рынке антимонопольным органом обращалось внимание, например, в рамках разбирательства по делу Яндекс против Google (См.: решение и предписание ФАС России по делу № 1-14-21/00-11-15 от 5 октября 2015 г. [Электронный ресурс] // URL: <https://br.fas.gov.ru/ca/upravlenie-regulirovaniya-svyazi-i-informatsionnyh-tehnologiy/ad-54066-15/?query=google> (дата обращения: 01.02.2023).

³ OECD (2020), Abuse of dominant position in the digital markets // URL: <http://www.oecd.org/daf/competition/abuse-of-dominance-in-digital-markets-2020.pdf> (дата обращения: 03.03.2021).

⁴ Запрет «per se» – безусловный запрет, нарушение которого не может быть признано допустимым ни при каких условиях.

нормам ст. 13 Закона о защите конкуренции, указанное поведение доминирующего лица может быть признано допустимым, если:

а) такими действиями (бездействием) не создается для отдельных лиц возможность устранения конкуренции на товарном рынке, не налагаются на их участников или третьих лиц ограничения, не соответствующие достижению целей такой модели поведения;

б) его результатом является или может являться совершенствование производства, реализации товаров или стимулирование технического, экономического прогресса либо повышение конкурентоспособности товаров отечественного производства на мировом товарном рынке; получение покупателями преимуществ (выгод), соразмерных преимуществам (выгодам), полученным хозяйствующими субъектами в результате действий (бездействия).

При этом применение данных критериев в отношении владельцев цифровых платформ вызывает определенную обеспокоенность: во-первых, инновационность, как правило, является неотъемлемым свойством и условием конкурентоспособности любой цифровой платформы в сфере предпринимательской деятельности, особенно транзакционной. Трудно представить владельца онлайн-платформы, специализирующегося на посредничестве при сделках купли-продажи товаров (работ, услуг), не совершенствующего посредством своего участия процесс реализации товаров, в том числе за счет собственных продаж продукции через платформенную инфраструктуру; во-вторых, критерий получения покупателями преимуществ, соразмерных преимуществам, полученным доминирующим игроком, не учитывает многосторонний характер рынков цифровых платформ: исключены ситуации, когда единовременно на стороне владельца платформы и покупателей может формироваться значительная потребительская и иная ценность, а на стороне продавцов, чьи товарные предложения представлены на этой же платформе, – ущемление их прав и законных интересов, через ограничение возможностей ценообразования, не ограничиваясь сказанным. При таких обстоятельствах вряд ли соответствующую антиконкурентную практику доминирующей фирмы следует

квалифицировать в качестве допустимой, поскольку сказанное заключает в себе определенный содержательный дисбаланс.

Возвращаясь к положениям ч. 1 ст. 10, ч. 1 ст. 10.1 Закона о защите конкуренции необходимо отметить, что нарушение установленных в данной норме запретов квалифицируется в качестве правонарушения в форме злоупотребления доминирующим положением на товарном рынке, за совершение которого предусмотрена административная ответственность по ст. 14.31 КоАП РФ с санкциями вплоть до оборотного штрафа. В связи с этим, например, в доктрине обращается внимание на то, что злоупотребление доминирующим положением не всегда образует злоупотреблением правом; нормы о доминирующем положении – это нормы объективного права, они служат критерием оценки поведения лиц с точки зрения правомерности и неправомерности¹.

Однако среди исследователей также высказывается противоположное мнение о том, что поведение, нарушающее установленные ч. 1 ст. 10, ч. 1 ст. 10.1 Закона о защите конкуренции требования, может быть квалифицировано и в качестве гражданско-правового правонарушения в соответствии с абз. 2 п. 1 ст. 10 ГК РФ с применением мер гражданско-правовой ответственности в виде полного или частичного отказа в судебной защите права, принадлежащего лицу, допустившему соответствующее злоупотребление. Выдвигаются предложения о признании злоупотребления доминирующим положением частным случаем злоупотребления правом², равно как идея того, что при злоупотреблении доминирующим положением злоупотребление правом презюмируется³.

В обоснование такой оценки, например, М.А. Егорова, отмечает, что «...наличие рыночной власти предоставляет возможность субъекту, обладающему признаками доминирующего положения, в целях извлечения экономических преимуществ недобросовестно (т.е. в ущерб другим участникам рынка)

¹ Колоткина О.А. Теория государства и права : учебное пособие / О.А. Колоткина, А.С. Морозова, И.Д. Ягофарова. — Москва : ИНФРА-М, 2021. 406 с. Высшее образование: Бакалавриат). С. 226.

² Егорова М.А. Злоупотребление доминирующим положением как частный случай злоупотребления правом // Lex russica. 2018. № 4. С. 76.

³ Тотьев К.Ю. Конкурентное право: учебное пособие. — М.: Контракт; Инфра-М, 2000. С. 35.

осуществлять свои права в пределах общей правоспособности» и что «и злоупотребление правом, и злоупотребление доминирующим положением представляют собой разновидность действия по осуществлению прав»¹.

Представляется, что возможное решение поставленной дискуссионной проблематики можно обнаружить в лоне классической цивилистической теории в области определения границ субъективного права и пределов его осуществления.

По справедливому замечанию В.П. Грибанова, «...о злоупотреблении правом речь может идти только лишь в случае, когда управомоченный субъект, действуя в границах принадлежащего ему субъективного права, в рамках тех возможностей, которые составляют содержание данного права, использует такие формы его реализации, которые выходят за установленные законом пределы осуществления права»². Аналогичным образом, проводя разграничение между указанными понятиями, Е.А. Суханов отмечает, что недопустимо смешивать пределы (границы) надлежащего осуществления субъективных прав «...с пределами (границами) самих прав, выход за которые означает неправомерные (противоправные) действия»³.

Важным видится обратить внимание на тот факт, что при определении понятия злоупотребления правом ряд авторов в числе его ключевых признаков называют именно превышение пределов осуществления права, а не нарушение границ субъективного права.

По мнению Ю.С. Гамбарова, злоупотребление правом есть злостное отправление права, поэтому запрет злоупотребления правом ограничивает именно его отправление, но не уничтожает самого права⁴. По М.И. Бару, злоупотребление правом имеет место в случае недозволенного использования своего права управомоченным субъектом, при этом внешне он всегда опирается на

¹ Егорова М.А. Злоупотребление доминирующим положением как частный случай злоупотребления правом...С. 70.

² Грибанов В.П. Осуществление и защита гражданских прав. – 2-е изд. – Москва: Статут, 2020. С. 48. (Классика российской цивилистики.)

³ Е.А. Суханов. Гражданское право: учебник: в 4 т. / отв. ред. Е.А. Суханов. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Статус, 2019. Т. I.: Общая часть. С. 464.

⁴ Гамбаров Ю.С. Курс гражданского права. Том I. Часть общая. – С.-Петербург: Типография М.М. Стасюлевича, 1911. С. 406.

субъективное право¹. По указанию В.П. Доманжо, учение о злоупотреблении правом стремится установить, что управомоченный может рассчитывать на безответственность лишь в том случае, когда правопользование нормально, не противно добрым нравам оборота и не носит такого характера, при котором причиняемый им вред по определенным социальным причинам должен быть отнесен на счет его причинителя². «Современное гражданское право как бы говорит человеку: если тебе позволено быть в известных пределах эгоистом, то это не значит, что ты можешь быть злым», – пишет И.А. Покровский³. Подобным же образом, Ю.С. Васильев делает акцент на том, что злоупотребление правом – это результат конфликта между внешне правильным использованием гражданско-правовых возможностей и антиобщественным поведением лица⁴.

Высказывая отрицательное отношение к термину «злоупотребление правом», поскольку осуществление права не может являться противоправным, М.М. Агарков полагал, что «те действия, которые называют злоупотреблением правом, на самом деле совершены за пределами права; совершая эти действия, лицо переходит за границу своего права»⁵.

В современных исследованиях, посвященных проблематике злоупотребления правом, также подчеркивается, что при злоупотреблении правом управомоченное лицо осуществляет свое субъективное право в противоречии с его назначением, причиняя вред другим лицам, государству и обществу: при этом если законодатель запрещает тот или иной вредоносный способ осуществления субъективного права, т.е. признает его правонарушением, то данное поведение уже невозможно обозначать термином злоупотребление правом, т.к. лицо действует за пределами своего права⁶. По мнению Н.А. Дурново, злоупотребление правом – это

¹ Бару М.И. О ст.1 Гражданского кодекса // Советское государство и право. 1958. № 12. С.118.

² Доманжо В.П. Вопрос об ответственности за вред, причиненный при осуществлении права, в проекте нашего гражданского уложения // Сборник статей по гражданскому и торговому праву: памяти профессора Габриэля Феликсовича Шершеневича. – Москва: Издание бр. Башмаковых, 1915. С. 321.

³ Покровский И.А. Основные проблемы гражданского права. – 8-е изд. – Москва: Статут, 2020. С. 120. (Классика российской цивилистики.)

⁴ Васильев Ю.С. Взаимодействие права и морали // Советское государство и право. 1966. № 11. С.18.

⁵ Агарков М.М. Проблема злоупотребления правом в советском гражданском праве // Известия АН СССР. Отделение экономики и права. 1946. № 6. С. 427.

⁶ Наумов А.Е. Злоупотребление правом: теоретико-правовой аспект: дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.01 / Наумов Александр Евгеньевич; [Место защиты: Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова]. – Москва, 2010. С. 85.

осуществление субъективного права, которое идет в разрез с его назначением, ролью, фикцией, местом в правовом регулировании общественных отношений, нарушает пределы осуществления прав, но не нарушает запрет, содержащийся в правовой норме¹.

С этой точки зрения справедливым видится говорить о том, что правовые запреты ст. 10, 10.1 Закона о защите конкуренции не «уничтожают» каких-либо субъективных прав в целом, но устанавливают специальные требования для осуществления таких прав хозяйствующим субъектом, занимающим доминирующее положение на товарном рынке и владеющим цифровой платформой, в интересах стабилизации имущественного оборота и конкуренции в целом. При решении вопроса о возможности применения квалификации поведения владельца цифровой платформы, занимающего доминирующее положение на товарном рынке, в качестве злоупотребления правом необходимо определить: а) на какое именно субъективное право «опирается» хозяйствующий субъект, владеющий цифровой платформой и допускающий злоупотребление правом (например, право на свободу осуществления предпринимательской деятельности, исключительное право на программу для ЭВМ, исключительное право на товарный знак и пр.); б) в чем именно заключается превышение пределов осуществления соответствующего субъективного права (например, в установлении монопольно высокой цены на свои услуги по договору с пользователями цифровой платформы).

Очевидно, что, например, при участии в конкретных правоотношениях частноправовой природы и реализации наличного субъективного права с нарушением допустимых пределов его осуществления, хозяйствующий субъект, будучи в особом правовом статусе доминирующего на товарном рынке, может допустить злоупотребление правом как акт гражданско-правового нарушения в понимании абз. 2 п. 1 ст. 10 ГК РФ.

С учетом вышесказанного, злоупотребление доминирующим положением с использованием цифровой платформы предлагается определить в качестве

¹ Дурново Н.А. Злоупотребление правом как особый вид правового поведения: теоретико-правовой анализ: дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.01. – Н. Новгород, 2006. С. 53.

правонарушения, разновидности монополистической деятельности в виде действий (бездействия) владельца цифровой платформы, который недобросовестно в целях приобретения необоснованных конкурентных преимуществ использует присущие статусу доминирующего субъекта возможности по одностороннему воздействию на товарный рынок за счет использования сетевых эффектов, в том числе по воздействию на условия формирования цен, заключения и исполнения договоров, на конкурирующих субъектов и потребителей, что приводит к противоправным последствиям (в совокупности либо к одному из них): неправомерному ограничению конкуренции на товарном рынке, функционирующему с использованием цифровых платформ; нарушению прав и законных интересов хозяйствующих субъектов-конкурентов, пользователей цифровой платформы (продавцов, покупателей, в том числе неопределенного круга потребителей) на рассматриваемом товарном рынке.

Вывод: Доминирующее положение на рынке, занимаемое владельцем цифровой платформы, влечет правовые последствия в виде ограничения свободы его предпринимательской деятельности, включая ограничение свободы договора, свободы установления цен, и иных ограничений. Установление статуса доминирующего на товарном рынке владельца цифровой платформы включает в совокупности: 1) качественный критерий, основанный на возможности владельца цифровой платформы оказывать решающее влияние на общие условия оборота товаров (работ, услуг) за счет сетевого эффекта, в результате чего владелец цифровой платформы может управлять сообществами пользователей цифровой платформы (продавцов, покупателей (потребителей)) за счет аккумуляирования значительных массивов пользовательских данных, включая персональные данные, «большие данные»; 2) количественный критерий, основанный: а) на наличии определенной доли сделок (более 35 %), заключаемых пользователями цифровой платформы, по продаже (приобретению) товаров (работ, услуг) на данном товарном рынке; б) наличии определенного размера выручки владельца цифровой платформы за последний календарный год (в частности, более 2 млрд рублей).

Наличие статуса доминирующего на рынке владельца цифровой платформы подтверждается аналитическим отчетом по результатам анализа состояния конкуренции на товарном рынке с использованием цифровой платформы, проводимым антимонопольным органом, а также отдельными решениями антимонопольного органа.

Злоупотребление доминирующим положением владельцем цифровой платформы нарушает права и законные интересы потребителей как пользователей цифровой платформы, которые подразделяются на профессиональных и непрофессиональных потребителей. Профессиональными потребителями являются хозяйствующие субъекты, использующие цифровую платформу при осуществлении предпринимательской деятельности и приобретении товаров (работ, услуг) в целях их последующей перепродажи, обладающие специальными познаниями. Непрофессиональные потребители приобретают товары (работы, услуги) посредством цифровой платформы для личного пользования, не связанного с предпринимательской деятельностью, и, как правило, в отношениях с владельцем цифровой платформы являются наиболее уязвимой стороной правоотношений, в силу таких факторов, как отсутствие развернутой нормативно-справочной поддержки по различным аспектам использования платформенного сервиса (например, отсутствие возможностей прямой коммуникации с продавцом товара (работы, услуги) непосредственно на цифровой платформе при несоответствии приобретенного товара заявленным в объявлении о продаже товара (работы, услуги) характеристикам, получение стандартизированных шаблонных ответов в «чате поддержки» по проблемам возврата товаров ненадлежащего качества, не учитывающих проблематику каждого отдельного случая возврата товара).

Таким образом, злоупотребление доминирующим положением с использованием цифровой платформы образует правонарушение, разновидность монополистической деятельности в виде действий (бездействия) владельца цифровой платформы, который недобросовестно в целях приобретения необоснованных конкурентных преимуществ использует присущие статусу

доминирующего субъекта возможности по одностороннему воздействию на товарный рынок за счет использования сетевых эффектов, в том числе по воздействию на условия формирования цен, заключения и исполнения договоров, на конкурирующих субъектов и пользователей платформы, что приводит к противоправным последствиям (в совокупности либо к одному из них): неправомерному ограничению конкуренции на товарном рынке, функционирующему с использованием цифровых платформ; нарушению прав и законных интересов хозяйствующих субъектов-конкурентов, пользователей цифровой платформы (продавцов, профессиональных и непрофессиональных потребителей) на рассматриваемом товарном рынке.

Глава 2. Виды злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровых платформ

§1. Договорные виды злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровых платформ

В условиях, когда использование преимуществ доминирующего положения на товарном рынке ограничивается системой запретов на злоупотребление таковым, особое значение для проведения корректного антимонопольного анализа цифровых рынков и механизмов злоупотребления рыночной властью приобретает изучение возможных антиконкурентных практик владельцев цифровых платформ.

Как ранее отмечалось, в Законе о защите конкуренции приводится открытый перечень запрещенных видов злоупотребления доминирующим положением, в том числе адресованных указанным хозяйствующим субъектам. Среди таковых – установление и поддержание монопольно высокой или монопольно низкой цены товара; изъятие товара из обращения, если его результатом стало повышение цены товара; навязывание невыгодных или не относящихся к предмету условий договора; создание дискриминационных условий; создание препятствий доступу на товарный рынок или выходу с товарного рынка другим хозяйствующим субъектам и др. (ч. 1 ст. 10, ч. 1 ст. 10.1 Закона о защите конкуренции).

Представляется, что для целей исследования отдельных практик злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровых платформ целесообразно провести классификацию в зависимости от способа реализации на:

1) договорные, при которых злоупотребление заключается в дискриминации (нарушении юридического равенства) со стороны доминирующей (сильной) стороны договорного правоотношения к своему контрагенту (выступающему в

качестве слабой стороны), в том числе путем включения невыгодных или не связанных с основным предметом сотрудничества сторон условий в договоры между ними, например, в оферты для продавцов, пользовательские соглашения, иные соглашения; путем экономически либо технологически необоснованного отказа либо уклонения от заключения договора;

2) внедоговорные, осуществляемые не столько посредством соглашений, сколько посредством реализации владельцем цифровой платформы односторонних дискриминационных ограничений в отношении пользователей цифровой платформы, без привязки к конкретному договорному правоотношению, например, путем необоснованного удаления программного обеспечения третьих лиц со своей площадки, через связывание программных продуктов и пр.

При этом договорные виды злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровых платформ в зависимости от условия соглашения, обеспечивающего антиконкурентный эффект, так же можно подразделить на:

1) ценовые (например, условие о паритете цен, индексе цен, взимании высокой комиссии за оказание услуг, условия о скидках за счет продавца);

2) товарные (например, условие о паритете товарных предложений, или паритете ассортимента);

3) штрафные (например, условие о штрафах за нарушение договора);

4) информационные (например, условие об обработке избыточных персональных данных, не требуемых для исполнения договора, либо о передаче персональных данных третьим лицам, не вовлеченным в процесс исполнения договора);

5) эксклюзивные (условия об эксклюзивности сотрудничества с владельцем платформы и о запрете работы с его конкурентами и пр.).

Объединяющим началом для всех договорных видов злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровой платформы является изначальное неравенство переговорных возможностей пользователей цифровой платформы и доминирующего хозяйствующего субъекта, владеющего цифровой платформой, и следующая за этим дискриминация пользователей платформы со

стороны владельца цифровой платформы, являющегося сильной стороной договорного правоотношения.

Анализ юридических условий использования ряда российских платформенных сервисов показывает, что договор между пользователем цифровой платформы (продавцом, профессиональным и непрофессиональным потребителем) и владельцем цифровой платформы, как правило, заключается на основании публичной оферты (ст. 437 ГК РФ), в качестве публичного договора (ст. 427 ГК РФ), договора присоединения (ст. 428 ГК РФ). При подключении к платформенному сервису пользователь не имеет какой-либо технической или иной возможности по направлению возражений относительно договорных условий сотрудничества, предложенных владельцем цифровой платформы (например, относительно размера комиссии, взимаемой владельцем платформы с продавцов товаров; сбора «избыточных» пользовательских данных, не имеющих отношения к использованию платформы и пр.), ведению переговорного процесса с целью влияния на содержание договорных условий использования цифровой платформы с учетом интересов пользователя; лицо может только проставить «галочку» в поле согласия/несогласия на заключение соглашения по использованию цифровой платформы¹.

При таком подходе к заключению соглашений, как утверждает А.П. Леваков, владельцы цифровых платформ оказывают влияние на переговорную силу пользователей, что может приводить к ее полному отсутствию². Появление переговорных возможностей и переговорного процесса как такового становится возможным только при объединении потребителей в организации, например в

¹ См. подробнее: Wildberries. Войти или создать профиль (вместе с правилами пользования торговой площадкой) [Электронный ресурс] // URL: <https://www.wildberries.ru/security/login> (дата обращения: 01.03.2025); Яндекс.Маркет. Стать продавцом [Электронный ресурс] // URL: <https://partner.market.yandex.ru/welcome/partners#form> (дата обращения: 01.03.2025); Avito. Вход и регистрация [Электронный ресурс] // URL: <https://www.avito.ru/#login?authsrc=h> (дата обращения: 01.03.2025); Хэдхантер (hh.ru). Условия использования сайтов [Электронный ресурс] // URL: https://hh.ru/auth/employer/agreement?backurl=%2Fauth%2Femployer%2F%3Fbackurl%3D%252Femployer&htmlFrom=auth_employer (дата обращения 01.03.2025) и др.

² Леваков А.П. Соотношение рыночной власти и переговорной силы: терминология и проблематика для цифровых платформ // Научные исследования экономического факультета. Электронный журнал. 2024. Том 16. Выпуск 4 (54). С. 35.

потребительские кооперативы¹. При этом переговорная сила владельца цифровой платформы, доминирующего на рынке, будучи подкрепленной его рыночной силой, напротив, сохраняется, и, по справедливому замечанию Д.А. Петрова, при недобросовестном использовании приводит к навязыванию контрагенту условий договора, невыгодных для него или не относящихся к предмету договора, экономически либо технологически необоснованному уклонению либо отказу от заключения договора².

Если на классических товарных рынках в качестве слабой стороны договорного правоотношения традиционно рассматривались именно граждане-потребители, то на рынках, функционирующих с использованием цифровых платформ, в позиции слабой стороны, так или иначе, оказываются профессиональные и непрофессиональные потребители цифровой платформы, а также субъекты предпринимательской деятельности – хозяйствующие субъекты, использующие цифровую платформу для реализации товаров (работ, услуг) потребителям цифровой платформы (продавцы), поскольку при вступлении в договорные правоотношения с владельцем платформенного бизнеса они не участвуют в разработке договорных конструкций сотрудничества и не обладают возможностью определения содержания заключаемых соглашений, в том числе в отношении условий о цене товара (работы, услуги), ответственности сторон и пр. По утверждению С.А. Сеницына, Д.А. Жмулиной, Ю.Н. Муллиной, при взаимодействии с владельцем цифровой платформы предприниматели тоже могут пребывать в слабом, уязвимом положении, что должно приниматься во внимание при осуществлении контроля в отношении предпринимательских договоров³.

¹ Там же. С. 35.

² Петров Д.А. Рыночная власть и переговорная сила как категории антимонопольного регулирования // Конкурентное право. 2021. № 1. С. 4-7.

³ См. подробнее: Сеницын С.А. Защита интересов слабой стороны договора: исключение из принципа относительности договорных обязательств как проявление тенденции социализации в развитии современного гражданского законодательства? // Адвокат. 2015. № 10. С. 14-21; Жмулина Д.А. Электронная торговля посредством цифровых платформ: тенденции и перспективы // Конкурентное право. 2023. № 4. С. 17-19; Муллина Ю.Н. Контроль за несправедливыми договорными условиями: российское право в сравнительно-правовой перспективе / в сборнике Опыты цивилистического исследования: Сборник статей / Д.В. Гудков, И.И. Зикун, А.А. Зябликов и др.; рук. авт. кол. и отв. ред. А.М. Ширвиндт, Н.Б. Щербаков. М.: Статут, 2016. С. 196-224.

Сказанное позволяет говорить о том, что в правоотношениях с владельцем цифровой платформы все пользователи цифровой платформы, включая продавцов товаров (работ, услуг), по общему правилу, могут являться более слабой стороной из-за неравенства переговорных возможностей; ведь «суть юридической слабости договаривающейся стороны проявляется именно в неравенстве созданных для нее офферентом переговорных возможностей» – заключают А.Ф. Бакулин, А.В. Кузьмина¹.

При заключении соглашений с пользователями владелец цифровой платформы зачастую прибегает к использованию указанного фактического «переговорного» неравенства сторон в целях извлечения необоснованных конкурентных преимуществ от использования цифровой платформы в собственном интересе, что может приводить к нарушению основополагающего принципа юридического равенства участников гражданских правоотношений (ст. 1 ГК РФ), а также установленных антимонопольным законодательством запретов злоупотребления доминирующим положением посредством цифровых платформ (ст. 10, 10.1 Закона о защите конкуренции).

Поскольку ценовые договорные злоупотребления доминирующим положением образуют одну из наиболее распространенных антиконкурентных практик на цифровых рынках, их анализ, как представляется, должен открывать систематику договорных видов злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровых платформ².

Так, обзор антимонопольных дел против владельцев цифровых площадок и адресованных им предупредительных мер в России и за рубежом показывает, что наиболее часто ценовое злоупотребление встречается в сфере электронной торговли при использовании цифровых транзакционных платформ. Проявляется данное злоупотребление обычно в установлении владельцем цифровой платформы

¹ См. подробнее: Бакулин А.Ф., Кузьмина А.В. Слабая сторона предпринимательского договора: стандарты и бремя доказывания // Вестник гражданского процесса. 2020. № 2. С. 203-250.

² Antitrust and Digital Platforms: An analysis of global patterns and approaches by competition authorities. Equitable Growth, Finance & Institutions Insight. Trade, Investment and Competitiveness. International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank. 2021. P. 27. [Электронный ресурс] // URL: <https://documents1.worldbank.org/curated/en/893381632736476155/pdf/Antitrust-and-Digital-Platforms-An-Analysis-of-Global-Patterns-and-Approaches-by-Competition-Authorities.pdf> (дата обращения: 01.06.2023).

в соглашениях с пользователями условий о паритете цен, взимании чрезмерно высоких комиссий за оказываемые владельцем платформы услуги, а также принуждении к предоставлению продавцами скидок покупателям через включение соответствующих ограничительных условий в правила использования платформы¹.

Паритет цен («parity clause», «most-favored nations clause») представляет собой договорное условие, обязывающие продавцов товаров (работ, услуг) подключающихся к инфраструктуре цифровой платформы, продавать товары (работы, услуги) на платформе по такой же либо лучшей цене, чем установлена ими для других каналов продаж. Если данные ограничения при использовании платформы касаются только поддержания или улучшения продавцом ценовой политики, реализуемой им в собственных магазинах (например, в личных оффлайн-магазинах или на собственном Интернет-сайте), такие условия именуют узким паритетом цен («narrow parity clause»). Если владелец платформы принуждает продавца к соблюдению или улучшению на платформе уровня цен, по которым он продает товары как через свои магазины, так и через любые другие каналы продаж (например, на иных онлайн-платформах), такое условие именуют в качестве широкого паритета цен («wide parity», «wide parity clause»). Чем большее количество каналов продаж продавца охватывают договорные условия, ограничивающие свободу его ценообразования, тем «шире» становится паритет цен.

Указанное разделение неслучайно: дело в том, что в одном из первых антимонопольных расследований в данном аспекте, в частности, против Booking.com, узкий паритет цен временами получал оценку в качестве допустимого, в отличие от условия о широком паритете цен, который всегда квалифицировался в качестве запрещенного. Сказанное открывает, с одной стороны, простор для изучения граней доказывания незаконного характера указанной антиконкурентной практики, с другой – пространство для рассмотрения

¹ Одной из новых и потенциально антиконкурентных практик, обративших на себя внимание антимонопольного регулятора в России, так же становится навязывание владельцами маркетплейсов договорных условий о применении так называемого «индекса цен», по которым продавец реализует товары на разных онлайн-площадках, с целью фактического управления продажами продавцов на онлайн-рынках (см. подробнее: Индекс цен упал на ФАС. Коммерсантъ [Электронный ресурс] // URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6495918> (дата обращения: 30.04.2024).

возможностей по признанию соответствующего поведения в качестве легального¹. В этом смысле антимонопольная практика по делам с участием Booking.com является одной из наиболее массивных эмпирических баз для исследования.

Известно, что рассмотрение антиконкурентных практик сервиса бронирования отелей Booking.com и принятие мер, направленных на борьбу с ними, начиная с 2010-х гг., имеет место практически по всему миру, в том числе в России, Германии, Швеции, Италии, Испании и даже в Турции. При этом наибольшую обеспокоенность вызывают именно действия по навязыванию условий о ценовом паритете, которые, в зависимости от юрисдикции, получают разную квалификацию: либо в качестве заключения антиконкурентного вертикального соглашения, либо в виде злоупотребления доминирующим положением на товарном рынке.

К первой группе стран, где действия компании Booking.com по навязыванию ценового паритета получили оценку как недопустимое антиконкурентное вертикальное соглашение, относятся Германия, Швеция, Турция. Хотя антиконкурентные соглашения образуют самостоятельный вид антимонопольных нарушений, не связанных с основным предметом настоящего исследования, анализ и выводы, приведенные в соответствующих решениях, важны, в том числе, с позиций разработки фундаментальных подходов к оценке самой природы данной антиконкурентной практики.

Так, с одним из наиболее многоступенчатых антимонопольных разбирательств компании Booking.com пришлось столкнуться в Германии, где подход к рассмотрению паритета цен на разных стадиях отличался:

1) в 2015 г. немецкое антимонопольное ведомство, принимая решение против Booking.com и признавая недопустимым как широкий, так и узкий паритет цен, отметило, что они ограничивают конкуренцию между владельцами платформ и между отелями, поскольку исключают стимулы по снижению цен и ущемляют

¹ См. подробнее: The effects of narrow price parity clauses on online sales – Investigation results from the Bundeskartellamt's Booking proceeding. Series of papers on "Competition and Consumer Protection in the Digital Economy". Bundeskartellamt. August 2020 [Электронный ресурс] // URL: https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/EN/Schriftenreihe_Digitales_VII.pdf?__blob=publicationFile&v=3 (дата обращения: 01.04.2023).

свободу ценообразования последних, особенно в том, что касается возможности устанавливать желаемый уровень цен на собственных каналах онлайн-продаж, ведь это не приносит очевидной выгоды для потребителя; кроме того, из состава участников товарного рынка для целей анализа были исключены собственные веб-сайты гостиниц и метапоисковые системы, а отсутствие сильных косвенных сетевых эффектов на стороне потенциальных конкурентов Booking.com расценено как фактор, настолько снижающий привлекательность их сервисов, что таковые не могут стать сколько-нибудь сопоставимыми и взаимозаменяемыми с платформенным предложением Booking.com¹;

2) в 2019 г. Высший земельный суд Дюссельдорфа по жалобе Booking.com пересмотрел решение, ранее принятое Федеральным управлением по борьбе с картелями, оценив практику по установлению узкого паритета цен в качестве допустимой, позволяющей установить справедливые и сбалансированные деловые отношения между владельцем платформы и отелями, пусть та и была по своему характеру антиконкурентной; суд согласился с доводами Booking.com в том, что такие условия позволяют ему бороться с проблемой бесплатного использования сервиса («free-riding issue») и сопутствующим тому падением доходов и мотивации по развитию инноваций, ведь без паритета клиенты будут использовать платформенное решение Booking.com просто для удобного изучения агрегированной информации о доступных к резервированию номерах и отелях, в итоге совершая конечное и более выгодное бронирование на собственных веб-сайтах гостиниц, лишая платформу прибыли²;

3) в 2021 г. Федеральный верховный суд Германии отменил решение Высшего земельного суда Дюссельдорфа и все же признал узкий паритет цен недопустимым условием, встав на сторону антимонопольного органа, подчеркнув, что указанные положения регулируют такой важнейший параметр конкуренции,

¹ Bundeskartellamt. 22.12.2015. № B 9-121/13. Administrative Proceedings Decision Pursuant to Sec. 32 (1) of the Act Against Restraints of Competition (GWB). Bundeskartellamt [Электронный ресурс] // URL: https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Entscheidung/EN/Entscheidungen/Kartellverbot/B9-121-13.pdf?__blob=publicationFile&v=2 (дата обращения: 01.04.2024).

² Oberlandesgericht Düsseldorf (Düsseldorf Higher Regional Court). 04.06.2019. Kart 2/16 (V) [Электронный ресурс] // URL: http://www.justiz.nrw.de/nrwe/olgs/duesseldorf/j2019/Kart_2_16_V_Beschluss_20190604.html (дата обращения: 01.04.2024).

как цена, не сводимый к каким-либо вспомогательным ограничениям конкуренции, для которых допускается изъятие из-под антимонопольных запретов; он также и не решает проблемы окупаемости и поддержки инвестиций; объективные данные по анализу рынка в период, пока Booking.com не использовал узкий паритет цен, подтвердили, что доля компании на рынке, ее прибыль, количество подключенных к платформе отелей и количество совершаемых пользователями через платформу бронирований не сократились, напротив, возросли, а потенциальные негативные эффекты от проблемы бесплатного использования платформы («free-riding issue») оказались менее значительным, чем ожидалось; сервис Booking.com с точки зрения предоставляемых пользователям возможностей оказался настолько удобен сам по себе, что внушительная часть клиентов, хотя бы раз воспользовавшихся его услугами, совершала повторные бронирования именно через платформу, а, учитывая объем аудитории сервиса, его популярность, а также факторы внутриплатформенной конкуренции, самим средствам размещения было выгодно по своей инициативе устанавливать более привлекательные цены на платформе в сравнении с собственными каналами онлайн-продаж¹.

Несколько к иным выводам по итогу разбирательства против компании Booking.com пришли правоприменительные органы в Швеции:

1) в 2015 г. Управление по вопросам конкуренции Швеции принимает обязательства Booking.com по исключению положений о широком паритете из соглашений с отелями, подчеркивая, что их действие становится барьером по входу на рынок, а стимулы отелей предлагать более низкие цены на сайте платформы увеличиваются, когда сокращается доля продаж, не охваченных паритетом цен, это снижает риски развития отрицательных последствий от проблемы бесплатного использования сервиса («free-riding issue»), беспокоившую Booking.com; условия об узком паритете цен в качестве антиконкурентных не оспаривались²;

¹ Bundesgerichtshof (Federal Court of Justice). 18.05.2019. KVR 54/20 [Электронный ресурс] // URL: https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/EN/Others/BGH_Entscheidung_Booking_EN.pdf?__blob=publicationFile&v=3 (дата обращения: 01.04.2024).

² Konkurrensverket (Swedish Competition Authority). 15.04.2015. Ref. №. 596/2013 [Электронный ресурс] // URL: https://www.konkurrensverket.se/globalassets/dokument/engelska-dokument/beslut/13_0596e.pdf (дата обращения: 01.04.2024).

2) в 2018 г. Суд по патентам и рынку по иску шведской ассоциации отельеров и рестораторов Visita в продолжение линии борьбы с ценовым паритетом признает недопустимыми и положения об узком паритете цен вследствие их возможных антиконкурентных последствий, ограничения ценовой конкуренции на рынке бронирования гостиничных номеров (такие условия не позволяют отелям устанавливать более низкие цены на своих Интернет-ресурсах, по сравнению с площадкой Booking.com)¹;

3) однако в 2019 г. данное решение было отменено судом апелляционной инстанции из-за недоказанности потенциального наступления антиконкурентных последствий применения условий об узком паритете цен на платформе Booking.com; суд отметил, что даже при действии таких положений отели могут решать, какую цену предлагать на сайте сервиса, поэтому они относительно свободны в ценообразовании; доводы о том, что узкий ценовой паритет ослабляет ценовую конкуренцию между гостиницами основан лишь на предположениях, что в их отсутствие отели предлагали бы более низкие цены через свои каналы продажи, и не подкреплён достаточным анализом рынка².

Таким образом, в настоящее время в Швеции в качестве недопустимого применительно к Booking.com рассматривается только широкий ценовой паритет, в то время как условия об узком ценовом паритете для компании не запрещены. Интересно, что Швеция остается одной из немногих европейских стран, придерживающейся указанного либерального подхода.

В частности, во Франции, Австрии, Италии и Бельгии любые виды ценового паритета в гостиничном секторе запрещены на законодательном уровне³. Например, в 2015 г. на территории Франции принят «Закон Макрона», по которому

¹ Patent- och marknadsdomstolen (The Swedish Patent and Market Court). 20.07.2018. PMT 13013-16 [Электронный ресурс] // URL: <https://static1.squarespace.com/static/58768bfadb29d6ab1b426233/t/5b56cef61ae6cf85cd3df883/1532415738509/180720+Visita+Booking.pdf> (дата обращения: 01.04.2024).

² Patent- och marknadsöverdomstolen (The Swedish Patent and Market Court of Appeal). 09.05.2019. PMT 7779-18 [Электронный ресурс] // URL: <https://www.domstol.se/globalassets/filer/domstol/patentochmarknadsoverdomstolen/avgoranden/2019/pmt-7779-18.pdf> (дата обращения: 01.04.2024).

³ European Commission. Press release. Antitrust: Commission publishes market study on hotels' distribution practices. 22.08.2022 [Электронный ресурс] // URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_22_5045 (дата обращения: 02.04.2024).

отелям разрешается предоставлять клиентам любую скидку или ценовое преимущество любого характера, а положения об ином рассматриваются в качестве недействительных¹.

В Турции, избравшей путь квалификации действий Booking.com в качестве заключения вертикального антиконкурентного соглашения, запрет в 2017 г. так же был наложен только на широкий паритет цен². Однако вскоре работа сервиса Booking.com по решению суда была заблокирована в стране полностью, в том числе из-за используемых владельцем платформы антиконкурентных практик³.

Если рассматривать страны, где регулятором дана оценка поведению Booking.com через призму злоупотребления доминирующим положением на рынке, то можно выявить следующие особенности исследования соответствующей модели экономического поведения.

Так, в практике российского антимонопольного органа по делу против Booking.com Федеральная антимонопольная служба России (далее – ФАС России) признала оба вида ценового паритета недопустимыми, а действия владельца сервиса определила как злоупотребление доминирующим положением на рынке предоставления услуг агрегаторов информации о средствах размещения в форме навязывания невыгодных и (или) не относящихся к предмету условий договора. С позиций проведенного экономико-правового анализа интересно отметить, что:

1) релевантный рынок установлен узко сообразно подходу, по которому услуги владельца данного агрегатора не могут быть заменены иными каналами

¹ Таким образом, гостиницы получили возможность устанавливать желаемые цены для любых каналов продаж, включая собственные веб-сайты, независимо от цен, предлагаемых на любых платформах онлайн-бронирования (см. подробнее: LOI n° 2015-990 du 6 août 2015 pour la croissance, l'activité et l'égalité des chances économiques (1) [Электронный ресурс] // URL: https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/article_jo/JORFARTI000030979755#:~:text=%C2%AB%20Les%20contrats%20entre%20h%C3%B4teli%C3%A9s%20et,vigueur%20de%20la%20m%C3%Aame%20loi.%20%C2%BB (дата обращения: 02.04.2024).

² Dr. Gönenç Gürkaynak, O. Onur Özgümüş. Turkey/Türkiye: in Vertical Agreements and Dominant Firms. 2023. 7th edition / contributing editor: Charles F. (Rick) Rule Rule Garza Howley LLP. P. 125 [Электронный ресурс] // URL: <https://www.gurkaynak.av.tr/Content/dosya/1602/va23-chapter-14-turkey-29140-5346264.pdf> (дата обращения: 01.04.2024).

³ The Independent. Turkish court bans travel website Booking.com [Электронный ресурс] // URL: <https://www.independent.co.uk/travel/news-and-advice/turkey-booking-com-bans-travel-website-court-dutch-netherlands-a7657581.html> (дата обращения: 02.04.2024).

распространения информации об услугах средств размещения (например, собственными Интернет-сайтами отелей, метапоисковыми системами и пр.);

2) в качестве отдельного барьера по входу на рынок рассмотрен существенный сетевой эффект, обеспечивающий привлекательность Booking.com и наличие большой базы клиентов и гостиниц на платформе;

3) кроме того, труднопреодолимым барьером по входу на рынок назван объем первоначальных капиталовложений для построения аналогичного сервиса, его продвижения на рынке и формирования узнаваемости (надежности) бренда, сопоставимого с Booking.com;

4) действие положений о паритете цен также истолковано как барьер для входа на рынок, а само содержание навязываемого платформой договорного условия раскрыто через призму его ограничительного воздействия как с позиций стеснения свободы ценообразования отелей, так и с точки зрения препятствия свободной и честной конкуренции между гостиницами внутри самой площадки;

5) в аспекте решения проблемы потенциального бесплатного использования платформы («free-riding issue») отмечено отсутствие оснований полагать, что агрегатор Booking.com будет задействован средствами размещения исключительно как рекламная площадка с сопутствующим финальным резервированием номеров на собственных сайтах гостиниц, поскольку, с учетом имеющегося сетевого эффекта сервиса, отелям выгодно обеспечить свое присутствие на платформе и реализовывать свои услуги через нее, и отказ от работы через данный агрегатор с целью перехода на прямые каналы продаж становится просто экономически невыгодным¹.

Аналогичным образом, антимонопольные ведомства Испании и Италии рассматривают действия Booking.com по включению в соглашения с отелями условий о паритете цен в качестве формы злоупотребления доминирующим положением на

¹ Решение ФАС России №АД/115711-ДСП/20 по делу № 11/01/10-41/2019 от 29 декабря 2020 г. [Электронный ресурс] // URL: <https://br.fas.gov.ru/ca/upravlenie-regulirovaniya-svyazi-i-informatsionnyh-tehnologiy/cdf15018-ef29-40e8-acbd-d39edc8aee39/> (дата обращения: 01.04.2023).

товарном рынке, ограничивающей свободу гостиниц в установлении цен бронирования гостиничных номеров для всех каналов онлайн-продаж¹.

Интересен также факт, что в некоторых из вышеприведенных дел против Booking.com предметом антимонопольного расследования становилось использование и другого вида ценовых злоупотреблений, а именно включение в соглашения с отелями условий о взимании высокой комиссии за оказанные владельцем платформы услуги – в среднем, на уровне до 30 % от стоимости бронирования. Положения об установлении высоких ставок комиссии как бы подкреплялись условиями об узком паритете цен: в обоснование положительных эффектов от узкого ценового паритета, компания ссылалась на то, что благодаря такой оговорке у гостиниц будет значительный стимул по снижению стоимости номеров на платформе в обмен на снижение размера взимаемой владельцем платформы комиссии, однако данный довод посчитали неубедительным².

Кроме того, в практике Booking.com, наряду с ценовыми злоупотреблениями, реализацию получали и товарные договорные виды злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровых платформ. В частности, вместе с условиями о паритете цен в соглашения с отелями компания Booking.com включала положения о паритете наличия номеров, согласно которым средство размещения, работающее с платформой, должно обеспечить наличие на площадке Booking.com такого же количества свободных, доступных к бронированию номеров, как для любого другого партнера в любых иных каналах продаж. Соответствующее условие, по аналогии с паритетом цен, было признано ФАС России антиконкурентным³. Интересно, что

¹ См. подробнее: Authorities Search Booking.com Offices in Italy in Antitrust Probe [Электронный ресурс] // URL: <https://www.pymnts.com/antitrust/2024/authorities-search-booking-com-offices-italy-antitrust-probe/> (дата обращения: 30.04.2024); Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC). Press release. The CNMC opens formal antitrust proceedings against Booking.com for possible anticompetitive practices affecting hotels and online travel agencies [Электронный ресурс] // URL: https://www.cnmc.es/sites/default/files/editor_contenidos/Notas%20de%20prensa/2022/20221017_NP_Incoacion_BookingEs_ENG.pdf (дата обращения: 30.04.2024); Financial Times. Booking faces almost €500mn fine in Spain over competition practices [Электронный ресурс] // URL: <https://www.ft.com/content/03e5eb20-ec91-485e-b0e4-ed49b4dc2848> (дата обращения: 30.04.2024).

² См., например: Bundeskartellamt. 22.12.2015. № В 9-121/13. Administrative Proceedings Decision Pursuant to Sec. 32 (1) of the Act Against Restraints of Competition (GWB). Bundeskartellamt [Электронный ресурс] // URL: https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Entscheidung/EN/Entscheidungen/Kartellverbot/B9-121-13.pdf?__blob=publicationFile&v=2 (дата обращения: 01.04.2024).

³ Решение ФАС России №АД/115711-ДСП/20 по делу № 11/01/10-41/2019 от 29 декабря 2020 г. [Электронный ресурс] // URL: <https://br.fas.gov.ru/ca/upravlenie-regulirovaniya-svyazi-i-informatsionnyh-tehnologiy/cdf15018-ef29-40e8-acbd-d39edc8aee39/> (дата обращения: 01.04.2023).

товарные договорные злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровых платформ – далеко не редкость для цифровых рынков: например, как отмечает Б.Д. Бернхейм, в соглашениях с разработчиками Google использовалось признанное антиконкурентным условие о паритете релизов, согласно которому разработчики мобильных приложений должны выпускать релиз мобильного приложения на платформе Google Play одновременно с его релизом в других магазинах приложений либо ранее такового¹.

Возвращаясь к линии оценки практики по установлению ценового паритета и возможностей признания ее допустимой на примере Booking.com можно заметить, что одной из ключевых точек ее исследования становится анализ степени ограничения свободы ценообразования на стороне контрагента. В большинстве случаев, с позиций права посягательство на свободу ценообразования продавцов воспрещается и оценивается как незаконное, что представляется верным: возможность самостоятельно устанавливать цену на реализуемые товары и услуги является неотъемлемым элементом права на свободу осуществления предпринимательской деятельности, равно как и фундаментальным законом рыночной экономики, нарушение которых неизбежно приводит к искусственному искажению спроса и предложения на рынке, ухудшению благосостояния потребителей и ущемлению интересов иных участников оборота. Ценовой параметр конкуренции является особо чувствительным к любым неестественным попыткам воздействия на него, в том числе на цифровых рынках: чем сильнее и объемнее его ограничение (например, широкий паритет цен), тем более масштабный и отрицательный характер приобретают последствия такого сдерживания. Указанный тезис подтверждается анализом антимонопольных дел против владельцев других цифровых платформ.

Например, в рамках расследования Еврокомиссии против компании Amazon, владельца крупнейшей платформы в сфере электронной коммерции и обладателя наиболее дорогого в мире бренда, по признакам злоупотребления доминирующим положением на рынке розничной купли-продажи электронных книг на английском и

¹ United States District Court Northern District of California San Francisco. Case No. 3:21-md-02981-JD. In Re Google Play Store Antitrust Litigation. This Document Release To Epic Games, Inc. v. Google LLC et al., Case No. 3:20-cv-05671-JD. Statement of B. Douglas Bernheim. April 11, 2024. [Электронный ресурс] // URL: https://appliedantitrust.com/16_foreclosure/cases_private/epic_google2020/01_ndcalif/epic_google_ndcalif_inj_proposed_opr2024_05_02gentzkow.pdf (дата обращения: 01.08.2024).

немецком языке, регулятором установлен факт использования нарушителем целого набора паритетных условий, признанных антиконкурентными¹. В их числе – широкий ценовой паритет; паритет условий о сотрудничестве с реселлерами, использующими иные бизнес-модели; паритет условий о продвижении товаров; паритет скидок, усиливающий основной ценовой паритет; паритет комиссии за посреднические услуги и пр.². В своих выводах Комиссия пришла к заключению, что широкий паритет цен, равно как и иные паритетные положения, приводят к снижению конкуренции между распространителями электронных книги, ограничению выбора потребителей и препятствуют выходу новых игроков на рынок.

Осенью 2023 г. Федеральная Торговая Комиссия США (далее – ФТК США) инициировано судебное разбирательство против Amazon по аналогичным основаниям: особое внимание в иске уделяется использованию широкого паритета цен, за несоблюдение которого владелец платформы понижает товары продавца в поисковой выдаче внутриплатформенного поиска. Сочетание существенной рыночной власти Amazon и практики ценового паритета в результате приводит не к развитию инноваций и поддержке конкуренции, а к искусственному завышению цен во всех каналах продаж³.

Особый интерес представляет антимонопольное разбирательство против онлайн-сервиса доставки еды Yemek Sepeti в Турции:

1) в 2016 г. включение условий о широком паритете цен в соглашения с ресторанами признали злоупотреблением доминирующим положением на рынке, поскольку их использование приводило к исключению владельцев конкурирующих платформ; действие указанных положений подкреплялось обязательством ресторанов

¹ New Retail. Amazon занял первое место в рейтинге самых дорогих брендов мира [Электронный ресурс] // URL: https://new-retail.ru/novosti/retail/amazon_zanyal_pervoe_mesto_v_reytinge_samykh_dorogikh_brendov_mira/ (дата обращения: 01.04.2024).

² European Commission. Commission Decision of 4.5.2017 relating to a proceeding under Article 102 of the Treaty on the Functioning of the European Union (TFEU) and Article 54 of the EEA Agreement. Case AT.40153 – E-book MFNs and related matters [Электронный ресурс] // URL: https://ec.europa.eu/competition/antitrust/cases/dec_docs/40153/40153_4392_3.pdf; (дата обращения: 01.04.2024); Antitrust: Commission seeks feedback on commitments offered by Amazon in e-book investigation [Электронный ресурс] // URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_17_137 (дата обращения: 01.04.2024).

³ Federal Trade Commission (FTC). 15.03.2024. FTC Matter/File Number 1910129/1910130. Civil Action Number 2:23-cv-01495. Amazon.com, Inc. (Amazon eCommerce) [Электронный ресурс] // URL: <https://www.ftc.gov/legal-library/browse/cases-proceedings/1910129-1910130-amazoncom-inc-amazon-ecommerce> (дата обращения: 02.04.2024); Federal Trade Commission (FTC). FTC Sues Amazon for Illegally Maintaining Monopoly Power [Электронный ресурс] // URL: <https://www.ftc.gov/news-events/news/press-releases/2023/09/ftc-sues-amazon-illegally-maintaining-monopoly-power> (дата обращения: 02.04.2024).

предоставить пользователям определенное количество скидок от общей стоимости товаров в корзине, признанных антиконкурентными и получившими наименование в качестве практики «Джокера»¹;

2) в 2021 г. по итогам антимонопольного расследования Yemek Sepeti принимает добровольные обязательства по устранению оговорок об узком паритете цен из договоров с ресторанами как условий, препятствующих развитию собственных каналов продаж ресторанов и увеличивающих их зависимость от платформенного сервиса Yemek Sepeti; также компанией принимаются добровольные обязательства по отказу от скидочной системы «Джокера», оцениваемой отрицательно, как способ принуждения ресторанов к использованию их и без того ограниченного бюджета на маркетинговое продвижение преимущественно для сотрудничества с платформой Yemek Sepeti; кроме того, отмечен антиконкурентный характер требования к минимальной сумме заказа как обстоятельства, вызывающего рост цен на доставку еды и препятствующего развитию конкурентов, которое компания также согласилась устранить; ценообразование на товары и услуги владельца платформы по принципу «ниже себестоимости» расценено как условие, способное подорвать конкуренцию на соответствующем рынке²;

3) в 2022 г. турецкое антимонопольное ведомство провело новую проверку сервиса Yemek Sepeti на предмет злоупотребления доминирующим положением по жалобе владельца конкурирующего платформенного бизнеса Getir Yemek: поводом для беспокойства стали обвинения в том, что Yemek Sepeti побуждало рестораны к эксклюзивному сотрудничеству со своей платформой за счет применения системы наказаний к ресторану в случае, если последний работает с конкурентами или предлагает им более выгодные условия (например, путем снижения видимости ресторанов в результатах поисковой выдачи, уменьшения рейтинга заведений, отказа

¹ Практика «Джокера» приобрела соответствующее наименование по названию мобильного приложения, через которое координировались обязательства ресторанов по предоставлению скидок пользователям за свой счет. Предоставление скидки являлось обязательным в случае, если пользователь делал первый заказ у данного ресторана, работающего через платформу, и (или) не оформлял заказы у соответствующего ресторана за последние 120 дней (см. подробнее: Decision of Turkish Competition Board dated by 09.06.2016 and numbered 16-20/347-156 [Электронный ресурс] // URL: <https://www.rekabet.gov.tr/Karar?kararId=0bd0157a-2b4d-43ce-85a3-2af821bb387b> (дата обращения: 02.04.2024).

² Decision of Turkish Competition Board dated by 28.01.2021 and numbered 21-05/64-28 [Электронный ресурс] // URL: https://www.rekabet.gov.tr/Dosya/yemek-sepeti-karar_21-05-64-28-ingilizce-20240325111958783.pdf (дата обращения: 02.04.2024).

в доступе к рекламным возможностям платформы и пр.); но в ходе разбирательства сведения об антиконкурентном поведении компании, в том числе по результатам опроса ресторанов, не подтвердились, и жалоба Getir Yemek была отклонена¹.

Аналогичным образом, антиконкурентная природа оговорки о широком паритете цен была установлена применительно к деятельности компании Valve, владеющей крупнейшим онлайн-магазином компьютерных игр STEAM. Из-за требований Valve к соблюдению равных цен на предлагаемые разработчиками игры во всех каналах онлайн-дистрибуции компьютерных игр возможность реализации программных продуктов по более низким ценам была практически исключена, а способность разработчиков увеличить прибыль за счет сотрудничества с различными платформами значительно ограничена. Сказанное сформировало искусственный барьер по доступу на рынок и стало препятствием для развития инноваций. Более того, положение о паритете цен стало ключевым инструментом, благодаря которому Valve смогла в течение долгого времени взимать завышенную комиссию за услуги в размере 30 %, даже вопреки ее явно нерыночному уровню. Помимо сказанного, практику ценового паритета владелец платформы также подкрепил правом «ценового вето»: Valve требовала от разработчиков согласия с тем, что она сможет наложить вето на устанавливаемые издателями компьютерных игр цены как внутри платформы STEAM, так и на рынке в целом (например, при распространении экземпляров компьютерных игр через Epic Games Store и не только)².

Приведенные выше примеры показывают, что совмещение нескольких видов ценовых договорных злоупотреблений доминирующим положением становится практически универсальной тенденцией на цифровых рынках: паритет цен подкрепляется высокой комиссией посредника, высокая комиссия – условиями о предоставлении обязательных скидок потребителям за счет продавца, которые комбинируются между собой и взаимно усиливают друг друга. Более того, реализация ценовых злоупотреблений может происходить в сочетании с иными

¹ Decision of Turkish Competition Board dated by 18.05.2022 and numbered 22-23/364-154 [Электронный ресурс] // URL: <https://www.rekabet.gov.tr/Karar?kararId=b6684eb6-1ca3-4551-945e-7487d0930393> (дата обращения: 02.04.2024).

² Wolfire Games, LLC, et al., v. Valve Corp. Case №. C21-0563-JCC, ECF № 80 (W. D. Wash. May 6, 2022) [Электронный ресурс] // URL: <https://www.classaction.org/media/wolfire-games-llc-et-al-v-valve-corporation.pdf> (дата обращения: 07.04.2024).

договорными злоупотреблениями доминирующим положением на товарном рынке для достижения наибольшего антиконкурентного эффекта.

Такие закономерности проявляются и на российских высокотехнологичных рынках. Доказательством этого служат направленные в 2024 г. предупреждения антимонопольного органа в адрес владельцев маркетплейсов Wildberries и Ozon.

Так, в апреле 2024 г. ФАС России выдано предупреждение ООО «Вайлдберриз», управляющему транзакционной цифровой платформой Wildberries. По мнению регулятора, в действиях компании имеются признаки нарушения ст. 10.1 Закона о защите конкуренции, а именно злоупотребление доминирующим положением с использованием цифровой платформы в форме навязывания невыгодных условий договора контрагентам. В частности, в качестве антиконкурентных определены положения оферты владельца маркетплейса, касающиеся практически ежедневного изменения тарифов на логистические услуги и услуги хранения товаров, условия о штрафных санкциях при взломе личных кабинетов продавцов третьими лицами, на необходимость корректировки которых указало антимонопольное ведомство¹. В отношении штрафных договорных злоупотреблений доминирующим положением на товарном рынке, в осуществлении которых подозревается владелец площадки Wildberries, отмечается, что таковые буквально генерируют большую часть доходности от управления платформой, приобретая форму «квазифискальной деятельности»². По замечанию А.Ю. Иванова, в 2023 г. «компания Wildberries получила 78 % чистой прибыли (15 млрд рублей) в виде штрафов и неустоек, взысканных с продавцов»³.

Схожим образом, в указанный период ФАС России потребовала от владельца площадки Ozon прекратить ряд антиконкурентных практик. В их числе регулятор обозначил необоснованные отказы от заключения договоров с потенциальными

¹ ФАС выдала предупреждение «Вайлдберриз» [Электронный ресурс] // URL: <https://fas.gov.ru/news/33200> (дата обращения: 30.04.2024); ФАС России выдала предупреждение «Вайлдберриз» [Электронный ресурс] // URL: <https://cljournal.ru/news/26302/> (дата обращения: 30.04.2024).

² Международный центр конкурентного права и политики БРИКС. Директор центра выступил на круглом столе «Антимонопольное регулирование в условиях цифровой экономики» [Электронный ресурс] // URL: <https://bricscompetition.org/ru/ournews/the-centres-director-spoke-at-the-roundtable-on-antimonopoly-regulation-in-the-digital-economy-in-kazan> (дата обращения: 30.04.2024).

³ Там же.

продавцами, а также навязывание продавцам условий о присоединении к маркетинговой механике «Баллы за скидку», предлагающей продавцам за свой счет предоставлять скидку на товары, реализуемые через платформу, в обмен на специальные баллы, которые можно впоследствии потратить на оплату услуг Ozon¹.

Необоснованный отказ от сотрудничества с контрагентами, к слову, зачастую раскрывается в ином полярном проявлении – как принуждение партнера к отказу от сотрудничества с конкурентами доминирующего хозяйствующего субъекта. Чаще всего, такие эксклюзивные договорные виды злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровых платформ реализуются посредством навязывания положений об эксклюзивности сотрудничества с владельцем платформы и о запрете работы с владельцами иных платформенных сервисов. В частности, использование приведенных ограничений стало характерным для владельцев китайских цифровых площадок, таких как Alibaba и Shein. Антиконтурный эффект соответствующих оговорок, помимо прямого исключения конкурентов, выражается также в росте цен, ограничении выбора потребителей и снижении инноваций. В случае с Alibaba, оговорки об эксклюзивности подкреплялись действием штрафных санкций за их несоблюдение (например, через понижение товаров продавцов в результатах поисковой выдачи, ограничение на рекламное продвижение и пр.)². В деле против Shein приводятся схожие данные о подкреплении эксклюзивной практики условиями о наложении чрезмерно высоких штрафов за работу с конкурентами, прежде всего, с сервисом Temu, а также положением о предоставлении наиболее низких цен на свои товары именно через Shein³.

¹ ФАС России выдала предупреждение Ozon [Электронный ресурс] // URL: <https://fas.gov.ru/news/33238> (дата обращения: 30.04.2024); Конкуренция и право. ФАС России выдала предупреждение Ozon [Электронный ресурс] // URL: <https://cljournal.ru/news/26359> (дата обращения: 30.04.2024); Ozon. Баллы за скидки [Электронный ресурс] // URL: <https://seller-edu.ozon.ru/finances-documents/additional-information/bally-za-skidki> (дата обращения: 30.04.2024).

² Marco Colino S. The Case Against Alibaba in China and Its Wider Policy Repercussions // *Journal of Antitrust Enforcement*. 2022. Vol. 10. Pp. 224.

³ Whaleco Inc. v. Shein Technology LLC. U.S. District Court for the District of Columbia. Case № 1:23-cv-03706 (Filed Dec. 13, 2023) [Электронный ресурс] // URL: <https://www.courthousenews.com/wp-content/uploads/2023/12/temu-shein-lawsuit.pdf> (дата обращения: 30.04.2024).

Приведенные примеры дополнительно иллюстрируют тезис о развитии тенденции к комбинированию различных видов договорных злоупотреблений доминирующим положением на цифровом рынке в рамках единой антиконкурентной стратегии владельца цифровой платформы: помимо соединения различных ценовых злоупотреблений, происходит органическая интеграция и других договорных злоупотреблений доминирующим положением на рынке (например, ценовых и штрафных, штрафных и эксклюзивных), и, как представляется, такие условия покрывают именно те сферы бизнес-интересов владельца площадки, по которым и без которых он не может победить в честной и справедливой конкурентной борьбе. За счет такого договорного воздействия владелец платформы захватывает тот ресурс, которого ему не хватает для получения и закрепления лидирующих позиций на рынке, а также конкурирования по тем параметрам, где рыночная власть хозяйствующего субъекта недостаточно сильна.

Особые опасения в контексте сказанного вызывают информационные договорные виды злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровых платформ. Поскольку накопление и использование массивов данных предопределяет возможность успешной конкуренции на цифровых рынках, обладание таковыми, с одной стороны, образует барьер по входу на рынок для небольших технологичных компаний, с другой стороны, становится важнейшим неценовым параметром конкуренции, определенной самоцелью цифрового платформенного бизнеса, поскольку позволяет ему персонализировать платформенные предложения, укреплять позиции владельца платформы на смежных рынках (прежде всего, на рынке онлайн-рекламы), развивать модели искусственного интеллекта в целях предсказания возможного поведения потребителей и улучшения их пользовательского опыта. Однако сбор и обработка таких данных далеко не всегда прозрачны: поведение владельцев цифровых платформ может приводить к «тектоническому слому» конфиденциальности пользователей при одномоментном нарушении не только требований

антимонопольного регулирования, но и законодательства в области персональных данных.

Например, в 2018 г. при оценке возможного приобретения сервиса Shazam компанией Apple Еврокомиссия отметила, что высокая степень экономической концентрации на цифровых рынках может ставить под угрозу конфиденциальность пользователей и защиту пользовательских данных, которые, в свою очередь, должны составлять предмет оценки применительно к слиянию бизнеса или злоупотреблению доминирующим положением со стороны тех компаний, обладающих значительной информационной силой на рынке благодаря накопленным или полученным данным¹.

Достаточно показательным в этом плане является антимонопольное разбирательство против компании Facebook в Германии. По условиям пользовательского соглашения, о действии которых пользователи могли даже не знать, владелец социальной сети собирал данные посетителей не только при работе последних в Facebook, но также при их взаимодействии с веб-сайтами или мобильными приложениями третьих лиц. Получая такую информацию, владелец социальной сети приобретал возможность ее объединения с теми данными, которые он уже узнал о конкретном пользователе и через иные принадлежащие ему сервисы, такие как Instagram, WhatsApp, Oculus и Masquerade. Такой подход позволял компании приобретать несоразмерные конкурентные преимущества за счет создаваемых в силу накопленного объема данных барьеров по входу на рынок, а также инструментария по улучшенной персонализации рекламных предложений на смежном рынке, что не могло не расцениваться как безусловный показатель рыночной власти компании. Антимонопольное ведомство посчитало, что, с учетом доминирования Facebook на рынке социальных сетей для частных лиц, ключевым индикатором которого стало наличие сильных прямых сетевых эффектов и

¹ См. подробнее: Statement of the EDPB on the data protection impacts of economic concentration. 27.08.2018 [Электронный ресурс] // URL: https://www.edpb.europa.eu/sites/default/files/files/file1/edpb_statement_economic_concentration_en.pdf (дата обращения: 30.04.2024); European Commission – Press release: «Mergers: Commission opens in-depth investigation into Apple's proposed acquisition of Shazam». 23.04.2018 [Электронный ресурс] // URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_18_3505 (дата обращения: 30.04.2024).

сложности перехода на альтернативные социальные сети, фактическое принуждение пользователей к принятию условий об избыточном сборе пользовательских данных, с нарушением их конфиденциальности образует факт злоупотребления доминирующим положением на рынке и является недопустимыми¹. К аналогичным выводам пришел турецкий антимонопольный регулятор, признав действия Meta Platforms Inc. по объединению пользовательских данных, собранных через принадлежащие компании социальные сети Facebook, Instagram и WhatsApp антиконкурентными, формирующими барьеры по входу на рынок за счет консолидации массивов указанной информации².

Следовательно, одним из ключевых параметров при оценке допустимости поведения владельца преобладающей на рынке цифровой платформы в рамках информационных договорных злоупотреблений доминирующим положением с использованием цифровых платформ стала степень вмешательства владельца платформы в вопросы конфиденциальности пользовательских данных, признаваемого в отдельных случаях избыточным, выходящим за рамки целей взаимодействия пользователей с конкретным платформенным сервисом.

Таким образом, при выявлении договорных злоупотреблений доминирующим положением с использованием цифровых платформ с точки зрения правовых позиций, справедливого и несправедливого необходимо смотреть на степень кристаллизации антиконкурентной природы договорного условия, которая проявляется не просто в нарушении юридического принципа равноправия сторон соглашения, но и в негативном экономическом эффекте для контрагента

¹ См. подробнее: Bundeskartellamt prohibits Facebook from combining user data from different sources [Электронный ресурс] // URL: https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/EN/Pressemitteilungen/2019/07_02_2019_Facebook.html (дата обращения: 30.04.2024); Bundeskartellamt. 15.02.2019. B6-22/16. Case Summary. Facebook, Exploitative business terms pursuant to Section 19(1) GWB for inadequate data processing [Электронный ресурс] // URL: https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Entscheidung/EN/Fallberichte/Missbrauchsaufsicht/2019/B6-22-16.pdf?__blob=publicationFile&v=3 (дата обращения: 30.04.2024); Höppner T. Data Exploiting As an Abuse of Dominance: The German Facebook Decision (February 28, 2019). Hausfeld Competition Bulletin. 1/2019 [Электронный ресурс] // URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3345575 (дата обращения: 30.04.2024).

² См. подробнее: Turkish Competition Board. Pronouncement of the Final Decision Regarding the Investigation about Meta Platforms Inc. (previously Facebook Inc.), Meta Platforms Ireland Limited (previously Facebook Ireland Limited), WhatsApp LLC and Madoka Turkey Bilişim Hizmetleri Ltd. Şti. According to Article 49 of the Act no 4054 on the Protection of Competition [Электронный ресурс] // URL: <https://www.rekabet.gov.tr/Dosya/meta-nihai-karar.pdf> (дата обращения: 30.04.2024).

владельца цифровой платформы, как то реализация товаров по невыгодной цене либо выплата необоснованных штрафов в ущерб рентабельности бизнеса, несение нецелесообразных затрат на продвижение товара, в которых не нуждается продавец либо которые на определенный промежуток времени последний не может себе позволить, нарушение условий обработки персональных данных пользователей цифровой платформы, подкрепляемых технологическими антиконкурентными решениями владельца платформы. Приведенные примеры являются социально-экономическим следствием ограничения конкуренции и индикаторами таковой в условиях цифровой трансформации рыночных структур и должны учитываться при анализе состояния конкуренции на цифровых рынках по делам о злоупотреблении доминирующим положением с использованием цифровых платформ сообразно признаками ограничения конкуренции, закрепленными в п. 17 ст. 4 Закона о защите конкуренции.

Вывод: Договорные виды злоупотребления доминирующим положением на товарном рынке с использованием цифровых платформ совершаются посредством дискриминации (нарушения юридического равенства) со стороны доминирующей (сильной) стороны договорного правоотношения к своему контрагенту (выступающему в качестве слабой стороны) в виде 1) необоснованного отказа либо уклонения от заключения договора; 2) навязывания контрагенту невыгодных или не относящихся к предмету договора условий.

Исходя из условий конкретного соглашения, приводящих к указанным антиконкурентным последствиям, выделяются следующие антиконкурентные условия договоров, навязываемых доминирующим владельцем цифровой платформы: а) ценовые (условия о паритете цен, взимании высокой комиссии за оказание услуг, условия о скидках за счет продавца и пр.); б) товарные (условия о паритете предложений, или паритете ассортимента); в) штрафные (условия о штрафах за нарушение договора); г) информационные (условия об обработке избыточных персональных данных, не требуемых для исполнения договора, либо о передаче персональных данных третьим лицам, не вовлеченным в процесс исполнения договора); е) эксклюзивные (условия о запрете сотрудничества с

конкурентами и другие). Приведенная классификация дискриминационных условий договоров позволяет выявить сущность злоупотребления субъектами предпринимательской деятельности доминирующим положением с использованием цифровых платформ при заключении договоров с контрагентами и может быть использована для развития теоретических представлений об антимонопольных правонарушениях данного вида.

§2. Внедоговорные виды злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровых платформ

Вслед за договорными, значительный пласт антиконкурентного поведения по злоупотреблению доминирующим положением с использованием цифровых платформ образуют его внедоговорные виды. Если при договорном злоупотреблении доминирующим положением достижение антиконкурентного эффекта во многом предопределяется не просто действиями самого владельца платформенного сервиса, которые, прежде всего, сводятся к элементу навязывания дискриминационных условий договора другой стороне, но и встречным исполнением ограничительных договорных оговорок со стороны контрагента (например, путем следования условиям о паритете цен), то при внедоговорном злоупотреблении доминирующим положением ситуация несколько иная: на первом плане – не столько ограничения, имплементируемые в договор как инструмент их дальнейшего проведения, сколько ограничения преимущественного одностороннего дискриминационного характера, реализуемые не через договор, а именно через технический функционал платформенного сервиса.

Использование таких ограничений всегда устремлено к наращиванию собственной экономической выгоды владельца цифровой платформы и также может совмещаться с намерением «наказать» участника внутриплатформенного рынка за нарушение навязанного ему договорного условия техническими мерами, которые необязательно были предусмотрены в соглашении сторон. Поэтому внедоговорные виды злоупотребления доминированием зачастую комбинируются с договорными и не исключают друг друга.

В связи с этим, исходя из целей одностороннего дискриминационного ограничительного воздействия на участников многостороннего рынка, правильным представляется выделить три основных группы внедоговорных видов

злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровых платформ:

1) инфраструктурные, направленные на ограничение или исключение доступа к функциональным возможностям и инфраструктуре цифровой платформы (например, удаление мобильного приложения с платформы, понижение товаров продавца в результатах поисковой выдачи);

2) преференциальные, формирующие привилегированные условия продвижения и реализации собственных товаров и услуг владельца цифровой платформы либо отдельных групп пользователей в сравнении с остальными участниками платформы (например, приоритизация собственных товарных предложений в результатах внутриплатформенного поиска в отличие от товаров третьих лиц);

3) связывающие (связывание разных программных продуктов одной платформенной компании в единый товар).

Первая группа внедоговорных видов злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровых платформ получила широкое распространение в сфере дистрибуции программного обеспечения, в частности, мобильных приложений. В последние годы мировая антимонопольная практика столкнулась с всевозрастающим увеличением количества жалоб разработчиков мобильных приложений на владельцев платформ App Store и Google Play как на наиболее популярные каналы их дистрибуции в связи с тем, что последние не только используют ограничительную договорную практику, но и вводят технические ограничения за несоблюдение соглашений, фактически лишая разработчиков возможности работать на соответствующем товарном рынке.

Известно, что одним из ключевых ограничений договорного и технического характера при сотрудничестве дистрибьюторов мобильных приложений с магазином приложений App Store долгое время было условие о запрете реализации мобильных приложений для устройств на базе операционной системы iOS через сторонние магазины приложений. Действие данного механизма фактически подкреплялось «закрытым» характером самой операционной системы iOS, не

позволяющей владельцам мобильных устройств Apple скачать необходимую программу из сторонних ресурсов. Замкнутость экосистемы Apple обеспечивала компании обладание такой инфраструктурой, без использования которой успешная дистрибуция приложений сторонними разработчиками для пользователей «яблочных» устройств была практически невозможна. Поскольку присоединение к соответствующей инфраструктуре фактически означало возможность стать участником внутриплатформенного рынка, преимущественное положение позволяло Apple вводить в лицензионное соглашение для разработчиков («Developer Program Licensing Agreement», «DPLA») ряд ограничительных условий, в числе которых – запрет прямых транзакций внутри мобильных приложений, запрет на информирование пользователей об альтернативных способах оплаты покупок на платформе («anti-steering rule») и установление комиссий до 30 % на внутриплатформенные платежи (например, при оплате подписки на мобильное приложение).

Однако в 2020 г. разработчик популярной игры Fortnite, компания Epic Games, внедрила в свою игру систему прямых платежей, позволяющую пользователям покупать виртуальную валюту внутри программы напрямую у разработчика в обход установленных в соглашении с Apple ограничений. В качестве ответной меры за нарушение посреднической механики платежей Apple удалила игру Fortnite с платформы App Store, что послужило основанием для выдвижения Epic Games обвинений против Apple в монополизации рынка дистрибуции мобильных приложений для iOS. В свою очередь, компания Apple предъявила встречный иск к Epic Games в связи с нарушением разработчиком установленных договором условий сотрудничества, посчитав, что нарушение было намеренным, чтобы спровоцировать защитную реакцию Apple.

Интересно, что еще на этапе, предшествующему судебным слушаниям, Epic Games заявила ходатайство о выдаче временного судебного приказа для восстановления Fortnite в App Store и запрета Apple удалять учетную запись разработчика Epic Games в Apple Developer, опасаясь, что при отсутствии инструментов разработки программ для операционных систем iOS и macOS может

быть затруднена разработка другой программы – Unreal Engine, одного из самых популярных в мире игровых движков, на основе которого создаются видеоигры, в том числе другими разработчиками. Однако судья удовлетворила ходатайство только в части, связанной с обеспечением доступа в аккаунт разработчика на платформе Apple Developer, отказав в принятии мер по возвращению игры Fortnite в App Store, посчитав, что удаление игры стало следствием стратегически спланированного и провокационного поведения Epic Games¹.

Приведенная линия оценки действий Apple по удалению Fortnite из App Store сохранилась и при вынесении итогового судебного решения. Несмотря на фактически антиконкурентную природу действий Apple по исключению программного продукта Epic Games с площадки App Store и лишению Epic Games возможности реализации игры Fortnite через ключевой на рынке магазин приложений, суд не признал положение Apple монопольным, отказав в удовлетворении 9 из 10 исковых требований Epic Games, в том числе в части формального определения действий по удалению приложения в качестве антиконкурентных. В частности, причиной такой оценки стал подход, использованный при определении границ товарного рынка: вопреки доводам Epic Games о том, что спорный рынок касается только дистрибуции игр для операционной системы iOS, где у Apple сложилась безусловная монополия, суд постановил, что в данном случае речь идет о рынке платежей в играх для мобильных устройств на базе операционных систем iOS и Android, где действует дуополия Apple и Google соответственно (на долю Apple приходится около 55 % рынка). Федеральный окружной суд Северного округа Калифорнии также принял во внимание аргументы Apple, согласно которым вводимые владельцем платформы ограничения устремлены к повышению потребительской привлекательности продуктов Apple за счет улучшения безопасности и условий конфиденциальности программных решений, предназначенных для iOS. Единственной механикой Apple, признанной незаконной, стало условие о запрете

¹ Epic Games, Inc. v. Apple Inc. Case №. 4:20-cv-05640-YGR. Order Granting In Part And Denying In Part Motion For Temporary Restraining Order. 24.08.2020 [Электронный ресурс] // URL: <https://cand.uscourts.gov/cases-e-filing/cases-of-interest/epic-games-inc-v-apple-inc/> (дата обращения: 30.04.2024).

информирования пользователей об альтернативных способах оплаты в приложениях¹.

Подход к оценке действий Apple по удалению игры Fortnite из App Store был поддержан и судом апелляционной инстанции, пусть и с некоторыми оговорками. В частности, Апелляционный суд девятого округа США указал на неверное определение границ товарного рынка, данное окружным судом, отметив, что вывод о невозможности установления рынка в отношении товара, который не лицензируется и не продается (в частности, применительно к операционным системам для мобильных устройств), является неверным, поскольку исходит лишь из формальных признаков и не учитывает реалии рыночной действительности, в том числе работу в формате вертикально интегрированного предприятия. Но данная ошибка, как отмечается, существенным образом не повлияла на результаты антимонопольного анализа, поскольку действиям Apple в итоге была дана надлежащая правовая оценка. Кроме того, по указанию апелляционного суда, Epic Games не смогла представить альтернативные, менее ограничительные решения, обеспечивающие стандарты безопасности и конфиденциальности для мобильных устройств Apple, взамен тех, которые использует компания, равно как и доказать, что при их покупке пользователи не знают о действии ряда функциональных ограничений, позволяющих скачивать программы для iOS только из магазина приложений App Store². В дальнейшем, отказав в рассмотрении жалоб Epic Games и Apple, Верховный суд США фактически оставил решения нижестоящих судов в силе, обеспечив преимущественную победу Apple по ключевому в споре вопросу³.

Вопреки принятому по делу Epic Games v. Apple решению, судебное разбирательство, инициированное разработчиком по аналогичным основаниям против Google, привело к прямо противоположному результату и венчалось

¹ Epic Games, Inc. v. Apple Inc. Case №. 4:20-cv-05640-YGR. Judgement. 10.09.2021 [Электронный ресурс] // URL: <https://cand.uscourts.gov/cases-e-filing/cases-of-interest/epic-games-inc-v-apple-inc/> (дата обращения: 30.04.2024).

² Epic Games, Inc. v. Apple Inc. Case №. 21-16506. D.C. №. 4:20-cv-05640-YGR. Summary, 24.04.2024 [Электронный ресурс] // URL: <https://cdn.ca9.uscourts.gov/datastore/opinions/2023/04/24/21-16506.pdf> (дата обращения: 30.04.2024).

³ Supreme Court. Order List: 601 U.S. Tuesday, January 16, 2024. Certiorari Denied [Электронный ресурс] // URL: https://www.supremecourt.gov/orders/courtorders/011624zor_e1pf.pdf (дата обращения: 30.04.2024).

победой Epic Games, ставшей исторической для сферы дистрибуции мобильных приложений. Предыстория разбирательства аналогична тому, что велось против Apple: Epic Games интегрировала в свою мобильную игру Fortnite возможность прямой покупки виртуальной валюты вопреки действующим в магазине Google Play ограничениям, за что Google удалила игровое приложение Epic Games с платформы¹. Сказанное стало ключевым фактором, послужившим для предъявления Epic Games антимонопольного иска против Google вследствие ограничения возможностей разработчика по использованию инфраструктуры платформы для работы на рынке.

Рассмотрев требования компании, суд присяжных постановил, что действия Google нарушают требования антимонопольного законодательства и направлены на связывание магазина мобильных приложений Google Play Store с собственной платежной системой компании Google Play Billing. К такому выводу удалось прийти, в том числе, благодаря иному, чем в деле Epic Games v. Apple, подходу к установлению границ релевантных товарных рынков: в качестве сказанных суд обозначил рынок дистрибуции мобильных приложений на базе операционной системы Android и рынок платежей за цифровые товары и услуги внутри мобильных приложений на базе операционной системы Android². Как можно заметить, к определению рынков в данном деле подошли более узко, сократив продуктовые границы только до сферы мобильных приложений и платежных сервисов для Android, исключив из анализа программные решения для iOS.

¹ Аналогично Apple App Store, при распространении мобильных приложений через Google Play Store владелец платформы взимал с разработчиков высокую комиссию по внутриплатформенным транзакциям – до 30% от суммы сделки, – поэтому Epic Games была заинтересована в интеграции системы прямых платежей в свое мобильное приложение с целью снижения собственных издержек. Кроме того, по лицензионному соглашению Google накладывала на разработчиков ряд иных ограничений, в числе которых – запрет распространения через Google Play Store программных продуктов, позволяющих скачивать мобильные приложения для устройств Android за пределами Google Play Store. Отдельным направлением антиконкурентного поведения Google, согласно жалобе Epic Games, являлось ограничение возможностей рекламного продвижения мобильных приложений разработчиков в случае, если они размещали мобильные приложения для Android через иные, чем Google Play Store, каналы дистрибуции (см. подробнее: Epic Games, Inc. v. Google LLC, 3:20-cv-05671, (N.D. Cal. Aug 13, 2020). Complaint ECF №. 1 [Электронный ресурс] // URL: <https://www.courtlistener.com/docket/17443962/1/epic-games-inc-v-google-llc/> (дата обращения: 30.04.2024)).

² Epic Games, Inc. v. Google LLC. Case №. 3:20-cv-05671, (N.D. Cal. Dec 11, 2023). Jury Verdict ECF №. 606 [Электронный ресурс] // URL: <https://www.courtlistener.com/docket/17443962/606/epic-games-inc-v-google-llc/> (дата обращения: 30.04.2024).

Приведенный пример иллюстрирует, насколько судьбоносным и противоречивым может быть анализ товарного рынка при расследовании антимонопольных практик владельцев цифровых платформ, особенно в вопросе взаимозаменяемости товаров. Значит ли сказанное, что в природе цифровых продуктов уже изначально заложена указанная дихотомия, когда в одном случае одно и то же платформенное предложение может быть заменено другим, а в ином – нет? Как оценивать потенциал их взаимозаменяемости, чтобы не допустить необоснованного расширения или искусственного сужения границ товарного рынка, как следствие – потенциально неверной и противоречивой правовой оценки поведения доминирующего хозяйствующего субъекта?

Известно, что в российском правовом порядке традиционным способом определения взаимозаменяемости товаров для целей установления продуктовых границ рынка, согласно Приказу ФАС России от 28.04.2010 № «Об утверждении Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке» (далее – Приказ № 220), является «тест гипотетического монополиста»¹. Указанный инструмент предполагает выяснение мнения приобретателей товара о готовности заменить определенный товар другим в случае, если в долгосрочной перспективе его цена увеличится на 5-10 %, а цены на иные товары останутся неизменными. Однако в условиях цифровизации рынков и появления высокотехнологичных компаний, реализующих бизнес по модели цифровых платформ и формирующих корреспондирующие тому многосторонние цифровые рынки, данный инструмент далеко не всегда может быть применен для получения релевантного информационного среза, на что, в частности, указывает ряд исследователей.

По мнению Л.В. Вовкинской и Е.В. Савостиной, в условиях, когда одна из сторон цифровой платформы пользуется услугами на бесплатной основе, «тест гипотетического монополиста» не может быть применен просто потому, что «...взаимозаменяемость этой услуги невозможно установить через вопрос о гипотезе повышения цены на данную услугу. В данном случае решающее значение

¹ Приказ ФАС России от 28.04.2010 № 220 «Об утверждении Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке» // Бюллетень нормативных актов федеральных органов исполнительной власти. № 34. 23.08.2010; официальный Интернет-портал правовой информации <http://www.pravo.gov.ru>, 05.06.2020.

будут иметь определение функциональных свойств товара и поиск заменимых услуг для потребителя по их содержанию»¹.

В свою очередь, Д.М. Ашфа отмечает, что «тест гипотетического монополиста» допустимо использовать для анализа рынков с участием владельцев цифровых платформ, но не в его классической версии с привязкой к проверке реакций на изменение ценовых параметров, а в аналоговом исполнении – в формате «теста гипотетического уменьшения качества товара (услуги), предоставляемого соответствующей цифровой платформой»².

Идеи об использовании вышеприведенной альтернативы также развиваются в трудах О.А. Маслова, по утверждению которого нулевая цена товара на рынке не делает невозможным применение теста гипотетического монополиста: за услугу пользователи могут платить не только в денежной форме, но и своими персональными и большими данными, представляющими один из наиболее ценных активов владельцев цифровых платформ. С учетом указанных особенностей, для таких рынков наиболее релевантным будет альтернативный «тест гипотетического ухудшения качества услуги (товара)»³.

По справедливому указанию И.В. Князевой, имплементация теста гипотетического монополиста, изначального предложенного для антимонопольного анализа слияний, в практику расследования различных нарушений в сфере защиты конкуренции, без всестороннего учета всех характеристик рыночного поведения может приводить к неверным выводам⁴. По мнению автора, тест SSNIP («small but significant and non-transitory increase in price», или «небольшое, но существенное и долговременное повышение цены»), или тест гипотетического монополиста, не применим к продуктам с нулевой ценой, реализуемых на цифровых рынках, однако объем такого рынка может быть

¹ Вовкивская Л.В., Савостина Е.В. Аналитический обзор судебных дел, рассмотренных с участием антимонопольного органа // Российское конкурентное право и экономика. 2022. № 1. С. 82.

² Ашфа Д.М. Антиккурентные практики на цифровых рынках и правовые способы их пресечения // Журнал российского права. 2024. № 4. С. 101.

³ Маслов А.О. Антимонопольные требования к функционированию цифровых платформ: правовой аспект: дис. ... канд. юрид. наук. М., 2023. С. 81.

⁴ Князева И.В. Проблемные положения и рекомендации по использованию теста гипотетического монополиста (SSNIP-тест) для анализа дел, связанных с односторонним поведением компаний // Конкурентное право. 2016. № 2. С. 9.

проанализирован с помощью теста SSNDQ («small but significant non transitory decrease in quality», или «небольшое, но значительное непроходящее снижение качества»)¹.

В связи со сказанным следует поддержать позицию о необходимости трансформации инструментов анализа состояния конкуренции на рынках с участием владельцев цифровых платформ в вопросах, касающихся выявления взаимозаменяемых товаров и определения продуктовых границ товарного рынка.

Представляется, что при исследовании цифровых рынков перед пользователями платформенного сервиса действительно необходимо ставить вопросы не столько о готовности заменить товар в потреблении другим при росте цен на таковой, а о возможности перехода, или переключения на иную цифровую платформу при ухудшении качества соответствующего платформенного предложения, особенно при исследовании тех антиконкурентных практик, которые устремлены к воздействию на неценовые параметры конкуренции. При этом оценка качества не должна быть абстрактной: следует конструировать ее на базе конкретных параметров, образующих ядро данной категории². Но какие именно показатели можно избрать для формирования аналитики применительно к сфере цифровых платформ?

Если потенциальное злоупотребление рыночной властью на цифровом рынке заключается в воздействии на неценовые параметры конкуренции, справедливым видится определять взаимозаменяемость товаров через исследование вопроса о возможном ухудшении качества поставляемого владельцем цифровой платформы

¹ Князева И.В. Институциональный дизайн Порядка 220 в отношении цифровых и классических рынков // Современная конкуренция. 2023. Том 17. № 6. С.15; Князева И.В. Экономический анализ «цифровых» товарных рынков. Минск-Новосибирск, 2019 [Электронный ресурс] // URL: <https://competitionsupport.com/wp-content/uploads/2019/11/КнязеваMinsk2019.pdf> (дата обращения: 30.04.2024).

² Согласно используемым в экономической литературе подходам, качество товаров и услуг раскрывается, как правило, через набор характеристик, благодаря которым такой товар или услуга могут удовлетворить потребность потребителя (см., например: Давыдянц Е.Д., Остапенко Е.А., Скребцова Т.В. К определению понятий «услуга» и «качество услуги» // KANT. 2019. № 1 (30). С. 280; Крючков О.А. Сущность категории качества услуг // Дайджест-финансы. 2005. №1 (121). С. 45 – 50; Сысоева Е.В. Влияние качества товаров и услуг на конкурентоспособность организации // Финансовые рынки и банки. 2023. № 3. С. 5.). В качестве соответствующих показателей отдельные авторы также выделяют, например, комфортность, безопасность, надежность, доступность, своевременность, оперативность, культуру обслуживания (см. подробнее: Зайнашева З.Г., Мешкова Н.Г. Современные критерии оценки качества и доступности предоставления государственных услуг // Экономика качества. 2015. № 1(9). С. 43).

товара на основе триединого комплекса параметров, по предложению автора – «принципа цифрового трезубца», или «принципа трех ключей»¹:

1) скорость: готовы ли пользователи заменить услугу владельца цифровой платформы другой, если в долгосрочной перспективе сроки оказания услуг владельцем цифровой платформы незначительно увеличатся, а сроки оказания услуг другими владельцами аналогичных платформенных сервисов останутся неизменными (например, увеличение сроков доставки заказов в пункты выдачи заказов; увеличение сроков проверки мобильных приложений перед их публикацией в магазине мобильных приложений; увеличение сроков регистрации на платформе; увеличение сроков доставки сообщений, в том числе сообщений о доставке товаров и др.)?

2) доступность: готовы ли пользователи заменить услугу владельца цифровой платформы другой, если в долгосрочной перспективе условия доступа к определенной функциональной или инфраструктурной возможности цифровой платформы ухудшатся, в то время как условия доступа к инфраструктуре иных похожих платформенных сервисов останутся неизменными (например, введение платной подписки для отдельного функционала цифровой платформы; запрос на предоставление дополнительных данных о себе как условия доступа к тем или иным функциям платформы; сокращение количества пунктов выдачи заказов в муниципальном образовании и др.)?²

3) удобство: готовы ли пользователи заменить услугу владельца цифровой платформы другой, если в долгосрочной перспективе для потребления услуг владельца цифровой платформы пользователю придется приложить дополнительные усилия, когда простота использования услуг владельцев иных похожих платформенных сервисов останется неизменной (например, введение

¹ Термин «товар» используется в значении «объект гражданских прав (в том числе работа, услуга, включая финансовую услугу), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот» в соответствии с п. 1 ст. 4 Закона о защите конкуренции.

² Для целей настоящего исследования термин «доступность» используется в значении возможности использования функций и инфраструктуры цифровой платформы для пользователей.

двухфакторной идентификации при входе в личный кабинет; сокращение каналов связи с клиентской поддержкой по вопросам работы цифровой платформы и др.)¹?

Указанные критерии неслучайно определены в качестве реперных точек для оценки взаимозаменяемости платформенного товара: тенденции формирования конкуренции на рынках с участием владельцев цифровых платформ показывают, что платформенные компании все чаще соревнуются между собой именно по данным неценовым параметрам конкуренции вкупе с соответствующей ценовой политикой, а выбор потребителей во многом предопределяется именно приведенными признаками².

К примеру, скорость доставки товаров является одновременно одним из ключевых показателей конкуренции среди сервисов доставки товаров повседневного спроса (Ozon.fresh, Купер, Яндекс.Лавка и другие) и решающим критерием клиентского выбора в условиях увеличения ритма и скорости жизни современного человека³. Аналогичным образом, ритмы высокотехнологичного общества с присущим тому ростом информационной нагрузки на психологию личности предопределяют устремленность к приоритетному потреблению представленной в наиболее понятной и простой форме информации и экономии времени, что прямо обуславливает необходимость покрытия таких потребностей со стороны цифровых сервисов через совершенствование удобства их использования и доступности (например, территориальной доступности платформенной инфраструктуры). В целом, можно утверждать, что высвобождение временного ресурса в условиях ускорения времени как такового, с одной стороны, становится все более насущной потребностью людей, с другой – фундаментально образующей характеристикой платформенных сервисов, которые достигают такой цели за счет скорости, доступности и удобства своего сервиса⁴.

¹ В данном контексте термин «удобство» также означает эргономичность, приспособленность программного продукта для наиболее простого и приятного использования функций и инфраструктуры цифровой платформы.

² См., например, Маркетинговое исследование «Интернет-торговля в России 2021». DataInsight [Электронный ресурс] // URL: https://datainsight.ru/eCommerce_2021 (дата обращения: 30.04.2024).

³ Там же.

⁴ Никонова А.А. Время как ресурс и/или как мудрость жизни // Вестник Санкт-Петербургского университета. Международные отношения. 2009. Сер. 6. Вып. 4. С. 84.

В случае, когда аналитический срез показывает, что даже при ухудшении качества платформенного предложения по параметрам скорости, доступности и удобства (эргономичности) пользователи готовы продолжить эксплуатацию цифровой платформы, тем более при высокой ценности жизненного времени, результаты анализа могут быть индикатором отсутствия приемлемых платформенных альтернатив либо «замыканием пользователей» внутри данной платформы («lock-in effect») с барьерами переключения на соответствующую альтернативу («switching costs») – иными словами, признаками наличия рыночной власти у владельца цифровой платформы.

По указанию М. Эйриха, М. Бурчера, эффект «замыкания пользователей» описывает ситуацию, когда потребители зависят от одного производителя или поставщика товаров и услуг и не могут перейти к другому без несения существенных затрат («switching costs») или потери в удобстве потребления товара или услуги: в своем действии он подкрепляется усиливающими ценность платформы сетевыми эффектами¹. Кроме того, «замыканию пользователей» способствуют такие факторы, как персонализация предложений, необходимость несения дополнительных временных затрат на поиск альтернативы, обучение использованию нового интерфейса и приобретение аналогичных условий маркетинговых программ лояльности на других платформах, сформированные пользовательские привычки, договорные ограничения².

С одной стороны, владелец платформы действительно может намеренно «замыкать» пользователей на своей площадке с целью усиления своей рыночной власти и накопления таких экономических ресурсов, как массивы пользовательских данных, не ограничиваясь сказанным, а также удерживать участников одной стороны платформы с целью привлечения пользователей на другой ее стороне. В долгосрочной перспективе такое «заклучение» потребителей внутри одной Интернет-платформы может стать не только препятствием для

¹ Eurich M., Burtscher M. The Business-to-Consumer Lock-in Effect [Электронный ресурс] // URL: <https://cambridgeservicealliance.eng.cam.ac.uk/system/files/documents/2014AugustPaperBusinesstoConsumerLockinEffect.pdf> (дата обращения: 01.05.2024).

² Там же.

развития свободной конкуренции, но и негативным образом сказаться на благосостоянии потребителей, в том числе в вопросах конфиденциальности их данных, как это было в деле компании Facebook¹.

Но не менее критичной является обратная ситуация – когда владелец платформы отказывает пользователям в доступе к функционально-инфраструктурным возможностям платформенной площадки, ограничивая либо полностью исключая таковой. В сравнении с ситуацией «замыкания пользователей», здесь владелец платформенного продукта, напротив, как бы оставляет пользователя «за платформой», ограничивая или лишая статуса участника внутриплатформенного рынка. Такие действия сводятся не просто к необоснованному осложнению механики подключения к программно-технической инфраструктуре платформенной компании: во многом они становятся препятствием на пути входа на релевантный цифровой товарный рынок.

Так, ранее рассмотренные дела Epic Games Inc. v. Apple Inc. и Epic Games Inc. v. Google LLC являются яркими примерами действий по ограничению доступа к платформенной инфраструктуре в области дистрибуции мобильных приложений для мобильных операционных систем iOS и Android, одновременно сводимые к действиям по исключению разработчика игры Fortnite с соответствующего товарного рынка. Запрещая использование инфраструктуры платформы для распространения программы в условиях, когда таковая соответствует законодательным требованиям и ожиданиям потребителей, владельцы магазинов приложений фактически выносят приговор: «ты не будешь игроком данного цифрового рынка просто потому, что, в противном случае, ты ставишь под угрозу наше экономическое могущество». Хотя противоправными в данных примерах

¹ Одним из основных индикаторов эффекта «замыкания пользователей» внутри социальной сети Facebook является тот факт, что, при наличии большого круга друзей на данной платформе, при переходе на иную социальную сеть пользователю фактически придется с нуля выстраивать круг подписчиков, и утрата таковых при переходе приравнивается к потере ведущей для потребителя платформенных услуг ценности. В свою очередь, Facebook, пользуясь преимуществами явления «lock-in effect», в отсутствие явного и информированного согласия пользователей объединяла их данные с теми пользовательскими сведениями, которые были получены компанией через иные принадлежащие ей ресурсы – WhatsApp, Instagram и другие, нарушая принцип конфиденциальности при работе с пользовательскими данными (см. подробнее: Bundeskartellamt prohibits Facebook from combining user data from different sources [Электронный ресурс] // URL: https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/EN/Pressemitteilungen/2019/07_02_2019_Facebook.html (дата обращения: 30.04.2024)).

суды посчитали действия только компании Google, владельца платформы Google Play, и исключили квалификацию аналогичных действий Apple в качестве незаконных, правильным видится рассматривать намеренное препятствование доступу лица к значимой для рынка платформенной инфраструктуре и (или) необоснованное объективными причинами устранение лица из числа пользователей таковой в качестве практики, имеющей признаки ограничения конкуренции, ущемления интересов других субъектов предпринимательской деятельности и неопределенного круга потребителей.

Особое беспокойство такое антиконкурентное поведение вызывает там, где за намерением предпринимателя получить доступ к определенному платформенному решению стоит не менее сильный интерес большой группы потребителей, а отказ владельца платформы в использовании такового с целью преференциального продвижения собственных товаров становится не столько способом противодействия конкурентам, но и механизмом санкционного давления на российские рынки.

Релевантным примером иллюстрации данного тезиса является рынок банковских услуг. В 2022 г. Apple объявила об отключении в России сервиса Apple Pay, позволяющего осуществлять бесконтактные платежи с мобильных устройств на базе операционной системы iOS. Компания также взяла курс на массовое удаление мобильных приложений российских подсанкционных банков из магазина приложений App Store в условиях полной замкнутости экосистемы Apple, не позволяющей устанавливать программы из других источников. Согласно общедоступным данным, в связи с введением блокирующих санкций США из App Store были удалены мобильные приложения ключевых, в том числе системообразующих, банков – Сбера, ВТБ, Тинькофф банка, Альфа-банка, Уралсиба и др.¹

Осуществляя преференциальную политику в отношении собственной технологии бесконтактной оплаты NFC и Apple Pay с параллельными

¹ Приложения Тинькофф и других банков удалены из App Store. Как быть пользователям. Российская газета. 02.03.2023 [Электронный ресурс] // URL: <https://rg.ru/2023/03/02/prilozheniia-tinkoff-i-riada-drugih-bankov-udaleny-iz-magazina-prilozhenij-apple.html> (дата обращения: 01.05.2024).

санкционными отключением российских пользователей от Apple Pay в России и удалением мобильных банковских продуктов из App Store, компания Apple фактически лишила отечественных потребителей возможности проводить платежи без банковских карт и быстро и удобно потреблять банковские услуги через мобильные устройства на iOS¹. Можно утверждать, что американская корпорация также сформировала ситуацию дискриминационного доступа к собственной инфраструктуре по признаку принадлежности к определенной стране как для владельцев «яблочных» устройств, так и для самих банковских организаций, предоставляющих услуги с использованием мобильных систем, тем более в условиях, когда для стран Европейского союза в то же время Apple приняла на себя ряд добровольных обязательств, открывающих возможности для загрузки программ на iOS-устройства из других магазинов приложений, свободного использования технологии NFC в сторонних мобильных банковских продуктах и мобильных кошельках наравне с Apple Pay, применению пониженной ставки комиссии по внутриплатформенным платежам в размере 10% вместо 30% и пр.². Вышеприведенная ситуация не могла не привлечь внимание антимонопольного органа: ФАС России указала, что действия организации содержат признаки нарушения антимонопольного законодательства в форме злоупотребления

¹ В истории антимонопольной практики имеются дела, в которых подтверждается право одной стороны платформы (например, потребителей) инициировать антимонопольное разбирательство против владельца площадки даже в том случае, когда антиконкурентные ограничения вводились последним против другой стороны (например, продавцов). Таким примером стало разбирательство Apple Inc. v. Pepper, где владельцы айфонов обвинили Apple в монополизации рынка реализации мобильных приложений для устройств на базе операционной системы iOS путем введения технических и договорных ограничений для разработчиков, реализующих программные продукты через App Store. Одним из вопросов анализа явилось введение Apple комиссии в размере 30% от стоимости приложений при их реализации посредством магазина приложений компании. Конечная стоимость программ формировалась с учетом такой комиссии и не могла не влиять на благосостояние потребителей. В связи с этим Верховный суд США подтвердил право пользователей выступать заявителями по данному делу, поскольку они также напрямую пострадали от введенных корпорацией условий (см. подробнее: Apple Inc. v. Pepper, 587 U.S. (2019) [Электронный ресурс] // URL: <https://supreme.justia.com/cases/federal/us/587/17-204/> (дата обращения: 01.05.2024). Можно утверждать, что, как минимум на транзакционных цифровых платформах, антиконкурентное воздействие на продавцов в своем потенциале закладывает риски ущемления интересов неопределенного круга потребителей.

² Соответствующие обязательства добровольно приняты компанией Apple во исполнение требований европейского Закона о цифровых рынках («Digital Markets Act», «DMA»). См. подробнее: Apple announces changes to iOS, Safari, and the App Store in the European Union. Press release. 25.01.2024 [Электронный ресурс] // URL: <https://www.apple.com/newsroom/2024/01/apple-announces-changes-to-ios-safari-and-the-app-store-in-the-european-union/> (дата обращения: 01.05.2024).

доминирующим положением на рынке, потребовав от Apple предоставить разъяснения по данному вопросу¹.

В контексте обеспечения доступа к значимой инфраструктуре цифровой платформы, интересной представляется доктрина «ключевых мощностей» («essential facilities doctrine», «EFD»), разработанная в недрах американского антитрестовского законодательства. Как пишет Д.М. Поделл, концептуальные основы данной доктрины были сформированы еще в 1912 г. в рамках дела *United States v. Terminal Railroad Association*². В 1899 г. четырнадцать железнодорожных компаний заключили соглашение о создании Ассоциации железнодорожных вокзалов г. Сент-Луис и монополизировали управление железнодорожной переправой через реку Миссисипи, ограничив доступ конкурентов к единственному мосту для железнодорожных перевозок на этой территории. Верховный суд США постановил, что отказ в доступе к важнейшей инфраструктуре лишает конкурентов возможности стать участником релевантного товарного рынка и ограничивает конкуренцию, обязав членов ассоциации обеспечить доступ к железнодорожному мосту для иных участников рынка³.

В последующем, идея о необходимости предоставления беспрепятственного доступа к ключевой рыночной инфраструктуре монополиста получила новый виток развития уже в качестве доктрины «ключевых мощностей» («essential facilities doctrine») в рамках дела *Hecht v. Pro-Football Inc.* (1970, 1977 гг.), где данный термин был использован впервые. Совместное предприятие заявителей Hecht, Kogan и Miller стремилось организовать футбольную команду и выйти на рынок профессионального футбола в Вашингтоне. Чтобы получить франшизу Американской футбольной лиги на создание такой команды, в заявке требовалось указать стадион, который планируется к использованию. Однако арендатор

¹ ФАС: Apple необходимо представить позицию относительно доступа российских платежных систем к бесконтактным платежам в системе iOS. 04.04.2024 [Электронный ресурс] // URL: <https://fas.gov.ru/news/33184> (дата обращения: 01.05.2024).

² *United States v. Terminal Railroad Ass'n*, 224 U.S. 383 (1912) [Электронный ресурс] // URL: <https://supreme.justia.com/cases/federal/us/224/383/> (дата обращения: 01.05.2024).

³ Podell D.M. The Evolution of the Essential Facilities Doctrine and Its Application to the Deregulation of the Natural Gas Industry // *Tulsa Law Review*. 1989. Vol. 4. № 4. P. 613.

единственного подходящего в Вашингтоне для игры в профессиональный футбол стадиона им. Роберта Ф. Кеннеди («RFK Stadium»), владелец команды «Redskins», отказал в предоставлении доступа к указанной инфраструктуре, из-за чего выход на рынок профессионального футбола для истцов стал невозможным. Суд первой инстанции не согласился с заявителями, встав на сторону ответчика¹. Однако Апелляционный суд США по округу Колумбия, отменяя решение суда первой инстанции и направляя дело на новое рассмотрение, указал, что действия Pro-Football Inc. как владельца команды «Redskins» являются актом незаконной монополизации рынка, а футбольный стадион Роберта Ф. Кеннеди («RFK Stadium») – ключевым объектом для входа на рынок профессионального футбола и работы профессиональной футбольной команды в Вашингтоне в целом. Суд также отметил, что для признания инфраструктуры «ключевой мощностью» спорный объект необязательно должен быть незаменимым: достаточно, чтобы воспроизведение такового являлось экономически нецелесообразным, а отказ в его использовании мог нанести существенный ущерб потенциальным участникам рынка².

Впоследствии доктрина «ключевых мощностей» («essential facilities doctrine») продолжила «кристаллизацию» в рамках таких антимонопольных споров, как MCI Communications Corp. v. AT&T Co. (1983)³, Aspen Skiing Co. v. Aspen Highlands Skiing Corp. (1985) и др.⁴. Например, в деле MCI Communications Corp. v. AT&T Co. (1983) суд предложил четыре признака, указывающих на значимость инфраструктурного объекта и его позиционирование в формате «ключевой мощности»: а) контроль объекта со стороны монополиста; б) неспособность конкурента воспроизвести объект или нецелесообразность воспроизведения объекта на рынке; в) отказ конкуренту в использовании объекта;

¹ Hecht v. Pro-Football, Inc., 312 F. Supp. 472 (D.D.C. 1970) [Электронный ресурс] // URL: <https://law.justia.com/cases/federal/district-courts/FSupp/312/472/1468853/> (дата обращения: 01.05.2024).

² Hecht v. Pro-Football, Inc., 570 F.2d 982 (D.C. Cir. 1977) [Электронный ресурс] // URL: <https://casetext.com/case/hecht-v-pro-football-inc> (дата обращения: 01.05.2024).

³ MCI Communications Corp. v. AT&T Co., 708 F.2d 1081 (7th Cir. 1983) [Электронный ресурс] // URL: <https://law.justia.com/cases/federal/appellate-courts/F2/708/1081/330445/> (дата обращения: 01.05.2024).

⁴ Aspen Skiing Co. v. Aspen Highlands Skiing Corp., 472 U.S. 585 (1985) [Электронный ресурс] // URL: <https://supreme.justia.com/cases/federal/us/472/585/> (дата обращения: 01.05.2024).

г) наличие реальной возможности по предоставлению доступа конкуренту к такому объекту¹.

Интересно, что по сей день вопрос о критериях определения инфраструктуры рынка в качестве «ключевой мощности» является дискуссионным. По мнению К.М. Силена, значимость инфраструктурного объекта может раскрываться в четырех аспектах: а) важность с позиции общественного интереса – получения доступа к жизненно необходимым товарам и услугам; б) важность для конкуренции – без использования объекта другой участник рынка не сможет быть конкурентоспособным, поскольку на рынке отсутствуют иные приемлемые альтернативы и создание аналогичного объекта не представляется возможным либо является нецелесообразным; в) важность с точки зрения определения продуктовых и географических границ товарного рынка и установления рыночной власти владельца объекта – данные границы должны устанавливаться строго применительно к использованию спорного объекта во избежание их необоснованного расширения; г) важность с позиции личных предпочтений потребителей, в том числе в аспекте уникальности и популярности объекта².

Важно обратить внимание на тот факт, что ФАС России также описаны критерии, позволяющие определить объект в качестве «ключевой мощности». Так, для целей установления возможного злоупотребления доминирующим положением на смежном рынке, где хозяйствующий субъект не присутствует или действует самостоятельно, в соответствии с п. 2 Разъяснения Президиума ФАС России от 07.06.2017 № 8 «О применении положений статьи 10 Закона о защите конкуренции», антимонопольное ведомство допускает использование доктрины «essential facilities», или доктрины «необходимых ресурсов» по совокупности следующих обязательных условий: а) наличие доминирующего положения у хозяйствующего субъекта на рынке доминирования; б) наличие потребительского спроса на товар на смежном рынке; в) наличие у доминирующего хозяйствующего субъекта ресурсов (любых товаров, инфраструктуры, работ или

¹ MCI Communications Corp. v. AT&T Co., 708 F.2d 1081 (7th Cir. 1983)...

² Seelen C.M. The Essential Facilities Doctrine: What Does It Mean To Be Essential? // Marquette Law Review. 1997. Vol. 80. № 1117. P. 1120.

услуг), необходимых для осуществления деятельности на смежном рынке; г) действия (бездействие) доминирующего хозяйствующего субъекта по отказу в предоставлении ресурсов приведет к устранению конкуренции на смежном товарном рынке; д) возможность (технологическая, экономическая и иная) доминирующего хозяйствующего субъекта предоставить доступ к ресурсам и отсутствие обстоятельств, предусмотренных ст. 13 Закона о защите конкуренции, обосновывающих допустимость действий доминирующего хозяйствующего субъекта¹.

С учетом наблюдаемых тенденции монополизации цифровых рынков со стороны владельцев крупных цифровых платформ представляется, что доктрина «ключевых мощностей», или доктрина «необходимых ресурсов» («essential facilities doctrine»), изначально разработанная для целей анализа традиционных рынков, может и должна применяться при расследовании антимонопольных дел против владельцев цифровых платформ, в том числе для экономико-правового обоснования недопустимости внедоговорных видов злоупотребления доминирующим положением в виде отказа в доступе к инфраструктуре платформы. Причем справедливым видится экстраполирование данного подхода не только на анализ смежного, но и основного рынка, на котором функционирует владелец платформенного бизнеса.

Если установление факта управления «ключевой мощностью», или «необходимым ресурсом» на смежном рынке в целом может быть произведено на базе предложенных российским антимонопольным регулятором признаков в силу их универсального характера, то применительно к основному рынку соответствующая критериальная система претерпевает точечную трансформацию. Дело в том, что обладание ключевой для рынка и потребителей платформенной инфраструктурой, как представляется, может являться отдельным свидетельством наличия рыночной власти и корреспондирующего тому доминирующего положения ее владельца на главном товарном рынке. Поэтому не исключены

¹ Разъяснение Президиума ФАС России от 07.06.2017 № 8 «О применении положений статьи 10 Закона о защите конкуренции» (утв. протоколом Президиума ФАС России от 07.06.2017 № 11) [Электронный ресурс] // URL: <https://fas.gov.ru/documents/611491> (дата обращения: 01.05.2024).

ситуации, когда обратным образом обстоятельства действия владельца платформы в статусе владельца «ключевой мощности», или обладателя «необходимого ресурса» могут быть использованы для дополнительного обоснования выводов о наличии доминирующего положения «цифрового» хозяйствующего субъекта на рынке.

С позиции параметров определения инфраструктуры платформенной компании как «ключевой мощности» на основном товарном рынке предлагается рассмотреть такой набор признаков, как: а) наличие потребности других субъектов предпринимательской деятельности в присоединении к инфраструктуре платформы как условия получения доступа на определенный товарный рынок; б) наличие интереса неопределенного круга потребителей в обеспечении доступа других субъектов предпринимательской деятельности и (или) самих потребителей к инфраструктуре платформы как условия доступа к определенным товарам или услугам, поставляемым платформой и (или) третьими лицами через платформу; в) невозможность либо экономическая нецелесообразность создания аналогичной платформенной инфраструктуры на рынке; г) наличие объективной (технической, экономической) возможности в предоставлении доступа к инфраструктуре платформы участникам многостороннего рынка.

Такой подход к исследованию вопроса о значимости принадлежащей владельцу цифровой платформы инфраструктуры может быть использован для целей оценки инфраструктурных внедоговорных видов злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровых платформ: в случае установления признаков обладания «ключевой мощностью», необходимым видится возложение на владельца цифровой платформы обязанности по обеспечению беспрепятственного и недискриминационного доступа к площадке для всех участников цифрового рынка.

Что касается иных видов внедоговорных злоупотреблений доминирующим положением на рынке, необходимо отметить следующее.

Если при антиконкурентных действиях инфраструктурного типа поведение владельца платформы устремлено к ограничению либо исключению доступа

отдельных лиц к инфраструктуре цифровой платформы и фактическому сокращению возможностей по входу на определенный многосторонний рынок, то при преференциальных злоупотреблениях наблюдается прямо противоположная ситуация: владелец платформы, наоборот, заинтересован в наращивании базы пользователей с обеих сторон платформенного рынка и не создает прямых технических препятствий в подключении к нему. Однако вопреки ожиданиям третьих лиц, наиболее выгодные и привилегированные условия для позиционирования товаров и услуг на платформе используются преимущественно ее владельцем, который ставит других пользователей платформы в заведомо проигрышное положение во внутриплатформенной конкурентной борьбе. Ограничение доступа к возможностям платформы с формированием барьеров по входу на рынок может выступать косвенным следствием преференциальной политики, но не является самоцелью, в отличие от злоупотребления инфраструктурного характера.

Примером преференциального злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровой платформы, направленным на извлечение необоснованных преимуществ, является дело против компании Google Inc. как владельца поискового сервиса Google Search (Shopping). Корпорация размещала собственные предложения на верхних строчках поисковой выдачи и позиционировала их на более привлекательных условиях, в отличие от запросов по конкурирующим сервисам (например, Nextag, PriceGrabber и Shopzilla). Действия организации были квалифицированы в качестве антиконкурентных. Реализация такой тактики стала возможной благодаря использованию алгоритмов анализа больших данных, автоматическому определению и понижению роли веб-сайтов третьих лиц в результатах поисковой выдачи, ранжированию веб-страниц, не соответствующих определенным компанией Google Inc. параметрам, ущемляющим права конкурентов¹.

¹ European Union v Google Inc., Alphabet Inc. Case AT.39740 (Google Search (Shopping)) [Электронный ресурс] // URL: https://ec.europa.eu/competition/antitrust/cases/dec_docs/39740/39740_14996_3.pdf (дата обращения: 01.05.2024).

Отдельного внимания заслуживает также дело All India Online Vendors Association v. Flipkart India Private Limited & Other, рассмотренное в Индии. Поводом для выдвижения обвинений в злоупотреблении доминирующим положением на индийском рынке маркетплейсов против компаний группы Flipkart послужило предоставление владельцем платформы значительных скидок на товары аффилированных с ним продавцов, из-за чего реализация таких товарных предложений через площадку могла проходить по цене ниже их себестоимости. Сказанные условия, по мнению заявителя, осложняли доступ на рынок для продавцов, не способных обеспечить аналогичный уровень цен из-за отсутствия финансовых возможностей (поддержки инвесторов и венчурных фондов). Тем не менее, регулятор посчитал, что наличие доминирования компании Flipkart Internet Private Limited, управляющей спорным маркетплейсом, нельзя считать доказанным, а условия доступа к платформе Flipkart являются стандартными для всех продавцов¹. Апелляционный суд по закону о национальных компаниях («National Company Law Appellate Tribunal», «NCLAT») не согласился с данной оценкой и направил дело на новое рассмотрение².

Примечательно, что в качестве другой преференциальной антиконкурентной практики Flipkart также выделяется избранный подход к торговле продукцией собственных торговых марок (далее – СТМ) на платформе: продажи товаров СТМ на маркетплейсе осуществляются непосредственно владельцем цифровой площадки или только через тех продавцов, которые прямо или косвенно связаны с ним³. В связи с этим некоторые исследователи ставят вопрос о допустимости работы платформенных компаний по двойственной модели, а именно в качестве посредника и продавца одновременно: владелец доминирующей платформы имеет доступ к конфиденциальной аналитике по представленным на сервисе продавцам

¹ All India Online Vendors Association vs Flipkart India Private Limited & Other on 6 November, 2018. Competition Commission of India. Case № 20 of 2018 [Электронный ресурс] // URL: <https://indiankanoon.org/doc/9878419/> (дата обращения: 01.05.2024).

² All India Online Vendors Association vs Competition Commission Of India & Ors on 4 March, 2020. National Company Law Appellate Tribunal. Case № 16 of 2019 [Электронный ресурс] // URL: <https://indiankanoon.org/doc/10883965/> (дата обращения: 01.05.2024).

³ См. подробнее: Antitrust Investigation into Amazon and Flipkart: An Overview [Электронный ресурс] // URL: <https://www.khuranaandkhurana.com/2021/06/30/anti-trust-investigation-into-amazon-and-flipkart-an-overview/> (дата обращения: 01.05.2024).

и может использовать ее недобросовестно, для формирования наиболее выгодных условий реализации своих товарных предложений (например, сведения о цене, спросе, поисковом поведении пользователей), и следовать тактике «самопредпочтения» («self-preferencing»), не оставляя шансов на победу во внутриплатформенной конкурентной борьбе сторонним мерчантам¹.

Данный тезис, безусловно, должен становится предметом комплексной экономико-правовой оценки при расследовании преференциальных злоупотреблений доминирующим положением на цифровых рынках. Насколько в экономическом значении доступ к массиву данных о продажах других продавцов и потребительском поведении на платформе увеличивает рыночную власть владельца цифровой платформы, определяет возможность предоставить наиболее выгодные предложения по собственным товарным позициям и осуществляется ли он в установленных законом правовых границах – аспекты, при пересечении которых формируются риски перехода поведения хозяйствующего субъекта в плоскость преференциального злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровой платформы.

В заключение, переходя к связывающим внедоговорным видам злоупотребления доминирующим положением на цифровых рынках, получивших широкое распространение в данной сфере, следует выделить практику связывания программных продуктов компании. В своей основе связывание имеет ограничительные договорные условия, однако приведение их в действие было бы невозможным без набора внедоговорных ограничений программно-технического характера. В результате таких ограничений разные товары владельца цифровой платформы технически буквально «связываются единым узлом» и распространяются только вместе, хотя бы и один из таких товаров не представлял никакого интереса для лица, которое его приобретает.

Показательным и практикообразующим в этом плане является дело Яндекс против Google Inc., когда ФАС России установила факт злоупотребления

¹ См. подробнее: Hagiu A., Tat-How T., Wright J. Should Platforms Be Allowed to Sell on Their Own Marketplaces? // RAND Journal of Economics. 2022. Vol. 53. № 2. P. 298.

американской корпорацией доминирующим положением на рынке предустановки мобильных приложений¹. Нарушение выразилось в требовании к производителям Android-смартфонов предустанавливать на выпускаемую ими продукцию сервисы компании Google, без чего они не получали право установить и магазин приложений Google Play на свои устройства. Без Google Play товар терял свою привлекательность для пользователей и становился неконкурентноспособным².

Ограничение вариантов предустановки конкурирующих приложений стало возможным благодаря выбранному компанией способу продвижения собственных товаров на рынке – их связыванию (tying), исключающему возможность отдельного приобретения мобильных программ из состава Google Mobile Service (далее – GMS). Как отметил регулятор, «связывание Google Play (доминирующего товара) и иных приложений из состава GMS (продуктов, обращающихся на конкурентных рынках) приводит к созданию препятствий для доступа иных хозяйствующих субъектов – конкурентов Google – на рынок магазинов приложений и ряд смежных рынков. В частности, это затрагивает рынок мобильного поиска, на котором Google требует предустановки своей поисковой системы в качестве безальтернативного поиска «по умолчанию»». Важно отметить, предметом анализа по данному делу стал не только основной, но и смежный рынок Google, а рыночная власть владельца платформы рассматривалась сквозь призму действия сетевого эффекта³.

Сегодня обвинения в связывании программно-технических продуктов продолжают звучать в отношении владельцев цифровых платформ. Например, против Apple, которую подозревают в неоправданном ограничении хранения отдельных данных и файлов с мобильных устройств на базе iOS в любых других

¹ Решение и предписание ФАС России по делу № 1-14-21/00-11-15 от 5 октября 2015 г. // URL: <https://br.fas.gov.ru/ca/upravlenie-regulirovaniya-svyazi-i-informatsionnyh-tehnologiy/ad-54066-15/?query=google> (дата обращения: 20.02.2024).

² Иванов А.Ю., Доценко А.В. Антимонопольное регулирование, цифровые платформы и инновации: дело Google и выработка подходов к защите конкуренции в цифровой среде // Закон. 2016. № 2. С. 32.

³ Решение ФАС России по делу № 1-14-21/00-11-15 от 5 октября 2015 г. [Электронный ресурс] // URL: <https://br.fas.gov.ru/ca/upravlenie-regulirovaniya-svyazi-i-informatsionnyh-tehnologiy/ad-54066-15/?query=1-14-21/00-11-15> (дата обращения: 03.05.2024).

облачных хранилищах, за исключением iCloud (связывание мобильных устройств Apple с пространством iCloud)¹.

Фактически, практика связывания приводит к эффекту «замыкания пользователей» внутри платформы, когда доступ к альтернативным решениям извне ограничивается искусственным барьером на переключение: в конечном итоге, принуждение к приобретению единого пакета программных решений становится антиконкурентной стратегией продвижения комплексного платформенного продукта, который приобретает черты экосистемного. Поэтому при оценке связывающих внедоговорных видов злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровых платформ, а именно связывания, в предмет анализа необходимо включать не только основной рынок платформенной компании, но и смежный с ним, учитывая двуединую направленность действий по продвижению «связанных» программных решений.

Вывод: Сущность внедоговорных видов злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровых платформ заключается в реализации владельцем цифровой платформы преимущественно односторонних дискриминационных ограничений в отношении пользователей цифровой платформы, не связанных с заключением договоров (например, удаление товаров продавцов с платформы). Внедоговорные виды злоупотребления доминирующим положением могут применяться наравне с договорными, и, исходя из целей одностороннего дискриминационного ограничительного воздействия, подразделяются на такие виды, как инфраструктурные, направленные на ограничение доступа к инфраструктуре платформы и ее функциональным возможностям; преференциальные, устремленные к формированию наиболее выгодных условий продвижения и реализации товаров на платформе только для ее владельца или определенной группы пользователей; связывающие, в нацеленные на параллельное укрепление позиций владельца платформы на основном и смежном рынке одновременно.

¹ См. подробнее: Apple Faces Antitrust Class Action Alleging iCloud Monopoly [Электронный ресурс] // URL: <https://news.bloomberglaw.com/litigation/apple-faces-antitrust-class-action-alleging-icloud-monopoly> (дата обращения: 01.05.2024).

В зависимости от вида внедоговорного злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровой платформы, анализ товарного рынка необходимо проводить по следующим экономико-правовым основаниям на базе исследования приоритетной направленности и целей антиконкурентного поведения. При инфраструктурном злоупотреблении – изучать проблему доступа к инфраструктуре цифровой площадки с учетом доктрины «ключевых мощностей»; в рамках преференциального злоупотребления – устанавливать наличие тенденции к «самопродвижению» товаров платформенного бизнеса или товаров связанных с ним лиц, создающей риски формирования дискриминационных условий для других игроков внутриплатформенного рынка; при связывающем внедоговорном злоупотреблении (связывании) – в обязательном порядке исследовать поведение компании не только на основном, но и на смежном товарном рынке. Кроме того, при неценовом характере злоупотребления, реализуемого внедоговорным способом, для определения продуктовых границ рынка и круга взаимозаменяемых товаров использовать принцип «цифрового трезубца», или «трех ключей», рассматривая вопрос о наличии конкурентной альтернативы платформенного решения на рынке по трем параметрам – скорости, доступности и удобству использования платформенного решения.

§3. Проблема соотношения «антимонопольных иммунитетов» в сфере интеллектуальной собственности и злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровых платформ

Как ранее упоминалось, объекты исключительных прав, включая программу или совокупность программ для ЭВМ, базы данных, а также права на средства индивидуализации (товарные знаки, фирменные наименования), объединяющие данный имущественный комплекс под единым средством индивидуализации (брендом), составляют основу цифровой платформы. Владелец цифровой платформы (его группа лиц), занимающий доминирующее положение на рынке, совершающий договорные и внедоговорные злоупотребления на рынке, как правило, выступает правообладателем указанных объектов исключительных прав.

При этом в соответствии с нормой ч. 4 ст. 10 Закона о защите конкуренции требования данной статьи, содержащей запреты на злоупотребление доминирующим положением, не распространяются на действия по осуществлению исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации. Аналогичное правило предусмотрено в норме ч. 9 ст. 11 Закона о защите конкуренции в качестве изъятия из запрещения антиконкурентных соглашений. Указанные изъятия в юридической литературе называют «антимонопольными иммунитетами» в сфере интеллектуальной собственности¹.

Возникает следующий парадокс: если поведение владельца платформенного сервиса, составляющее объективную сторону злоупотребления доминирующим

¹ См.: Пузыревский С.А. К вопросу об отмене антимонопольных иммунитетов в отношении интеллектуальной собственности // Юрист. 2024. № 11. С. 39-45; Истомин В.Г. Интеллектуальные права и антимонопольное регулирование: оценка допустимости и пределов антимонопольных иммунитетов в контексте обеспечения баланса интересов // Журнал российского права. 2019. № 12. С. 102-112; Акифьева А. Отмена «антимонопольных иммунитетов» для интеллектуальной собственности: за и против // Конкуренция и право. 2016. № 4. С. 36-39; Башлаков-Николаев И.В. Антимонопольный иммунитет в картелях и иных формах группового антиконкурентного поведения хозяйствующих субъектов // Конкурентное право. 2023. № 4. С. 5-8. И др.

положением, сводится, например, к осуществлению исключительных прав на входящие в состав цифровой платформы результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации, то, по формальным основаниям ч. 4 ст. 10 Закона о защите конкуренции, из-под действия предусмотренных запретов таковое полностью исключается.

Но трудно спорить с тем фактом, что одной из тенденций развития окружающей экономической действительности становится всевозрастающая экспансия цифровых платформенных компаний: самыми различными методами и средствами такие игроки пытаются заполучить рыночную власть и закрепить свои позиции в имущественном обороте¹. И, как показывает практический анализ, далеко не всегда такое поведение бывает допустимым и правомерным с позиций правил свободной и добросовестной конкуренции, а также защиты прав и законных интересов пользователей платформ.

Сказанное естественным образом ставит вопрос о том, не открывает ли такой взгляд на нормативное регулирование деятельности владельцев цифровых платформ необоснованный простор для возможных злоупотреблений с учетом реалий, складывающихся на цифровых рынках, и, самое главное, не способствуют ли таким злоупотреблениям «антимонопольные иммунитеты» в сфере интеллектуальной собственности? Чтобы разобраться в данном допущении, целесообразно начать с краткой исторической справки.

В истории антимонопольного законодательства современной России подход, исключающий из-под действия антимонопольных запретов реализацию правомочий в отношении объектов интеллектуальной собственности, существовал далеко не всегда. Так, внимания заслуживает норма ч. 2 ст. 2 Закона о конкуренции 1991 г., в соответствии с которой из сферы действия закона изымались «отношения, регулируемые нормами правовой охраны изобретений, промышленных образцов, товарных знаков и авторских прав, за исключением тех случаев, когда

¹ Примечательно, что владельцы крупных цифровых платформ стремятся становиться участниками и более традиционных рынков: например, в июне 2024 г. стало известно об объединении маркетплейса Wildberries и лидера рынка наружной рекламы Russ (см. подробнее: Wildberries и группа Russ объявили об объединении. РБК [Электронный ресурс] // URL: <https://www.rbc.ru/business/18/06/2024/6671d0a69a7947ae30e60c9a> (дата обращения: 18.06.2024)).

соответствующие права умышленно используются их обладателями в целях ограничения конкуренции»¹.

Можно увидеть, что «стартовой» позицией касательно применения антимонопольного законодательства к деятельности обладателей исключительных прав являлась допустимость экстраполяции такого нормативного массива на область интеллектуальной собственности, если при осуществлении и распоряжении интеллектуальными правами имеется намеренное искажение добросовестной конкурентной борьбы на товарном рынке. Данные положения носили общий характер и допускали «активацию» антимонопольного механизма в рассматриваемой сфере по всем возможным составам антимонопольных нарушений.

Однако со временем указанное видение начало претерпевать трансформацию в сторону максимизации «абсолюта» исключительных прав и признания таковых легальной монополией, требующей специальных изъятий из антимонопольного законодательства². Нельзя игнорировать тот факт, что описанные метаморфозы органично вплетались в канву интеграции российского государства в международное экономико-правовое пространство, поворотным шагом на пути к которой стало вступление Российской Федерации во Всемирную торговую организацию (далее – ВТО) и присоединение к Соглашению по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности от 15 апреля 1994 г. (далее – Соглашение ТРИПС)³.

Уже в обновленной в 1995 г. редакции Закона о конкуренции 1991 г. проявляются первые тенденции к утверждению принципа некой частичной неприкосновенности исключительных прав: если ранее, при намеренном

¹ Закон РСФСР от 22.03.1991 № 948-1 «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» // Ведомости СНД и ВС РСФСР. 18.04.1991. № 16. Ст. 499.

² Термин «легальная монополия» применительно к конструкции исключительных прав используется рядом исследователей, например В.И. Еременко, И.А. Зениным, Л.Г. Блиновой (см. подробнее: Еременко В.И. О правовой охране торговых секретов за рубежом // ИС. Промышленная собственность. 2022. № 7. С. 5-21; Зенин И.А., Блинова Л.Г. Классический монополизм, легальная монополия на охраняемые результаты интеллектуальной деятельности и фактическая монополия на ноу-хау // Право интеллектуальной собственности. 2013. №2. С. 8-9).

³ Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (ТРИПС) (Заключено в г. Марракеше 15.04.1994) [Электронный ресурс] // URL: <https://docs.cntd.ru/document/902340087> (дата обращения: 18.06.2024). Документ вступил в силу для России 22 августа 2012 г. (СЗ РФ. 10.09.2012. № 37).

ограничении конкуренции, под антимонопольное регулирование подпадали все виды антиконкурентного поведения в области интеллектуальной собственности, то теперь предметом антимонопольного воздействия могли стать только соглашения, связанные с использованием исключительных прав (ч. 2 ст. 2 Закона о конкуренции 1991 г.). Состав злоупотребления доминирующим положением на товарном рынке «дебютировал» в шорт-листе антиконкурентных практик в области интеллектуальной собственности, устраненных из сферы применения указанного нормативно-правового акта.

В октябре 2002 г. положения ч. 2 ст. 2 Закона о конкуренции 1991 г. претерпевают новые изменения: в дополнение к соглашениям, связанным с использованием исключительных прав, законодатель допускает применение норм антимонопольного законодательства к тем случаям, когда приобретение, использование и нарушение исключительных прав на объекты интеллектуальной собственности могут приводить к недобросовестной конкуренции. Вместе с тем, злоупотребление доминирующим положением, содержательно сводимое к потенциальному антиконкурентному поведению правообладателей, все также осталось за рамками регуляторного процесса в части охраны и защиты конкуренции, фактически сохранив статус невоспрещенного.

В таком виде указанная норма просуществовала до момента принятия в 2006 г. нового Закона о защите конкуренции, который последовал традициям заложенной на предыдущих этапах нормативно-правового регулирования парадигмы:

а) в отношении состава злоупотребления доминирующим положением на товарном рынке наблюдается введение прямой оговорки о применении «антимонопольного иммунитета» к действиям по осуществлению исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации продукции, работ или услуг, причем в настоящий момент текст данного положения остался неизменным (ч. 4 ст. 10 Закона о защите конкуренции);

б) в отношении соглашений в сфере интеллектуальной собственности никаких специальных изъятий не устанавливается, что означает необходимость соблюдения всех требований антимонопольного законодательства при их заключении и исполнении;

в) вводится специальный прямой запрет на недобросовестную конкуренцию, связанную с приобретением и использованием исключительного права на средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации продукции, работ или услуг (ч. 2 ст. 14 Закона о защите конкуренции)¹.

Однако вместе с «третьим антимонопольным пакетом» в декабре 2011 г. в Закон о защите конкуренции приходит новый «антимонопольный иммунитет» для соглашений в сфере интеллектуальной собственности: установленные законом ограничения теперь не применяются к соглашениям о предоставлении и (или) об отчуждении права использования результата интеллектуальной деятельности или средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации продукции, работ или услуг (ч. 9 ст. 11 Закона о защите конкуренции).

Таким образом, осуществление и распоряжение исключительными правами на объекты интеллектуальной собственности получили практически абсолютный, комплексный «иммунитет» от запретов злоупотребления доминирующим положением на товарном рынке и заключения антиконкурентных соглашений. Сказанное не могло не стать триггером для развития дискуссий о целесообразности введения «антимонопольных иммунитетов» в сфере интеллектуальной собственности и их сохранения по прошествии лет с учетом вызовов цифровизации экономики².

Традиционно, при оценке приведенной проблематики исследователи придерживаются одной из двух позиций:

а) частноправовой, выступающей в защиту «антимонопольных иммунитетов» в указанной области как средства обеспечения частного интереса в

¹ Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» // СЗ РФ. 31.07.2006. № 31 (1 ч.). Ст. 3434; СЗ РФ. 22.04.2024. № 17. Ст. 2291.

² См. подробнее: ФАС анонсировала норму, которая может войти в «шестой антимонопольный пакет». Речь идет об отмене «антимонопольных иммунитетов» в сфере интеллектуальной собственности [Электронный ресурс] // URL: <https://fas.gov.ru/news/33192> (30.04.2024).

охране объектов интеллектуальной собственности и неперемного условия для развития инноваций;

б) комплексной, в рамках которой, соглашаясь с наличием частного интереса в охране принадлежащих лицу исключительных прав, предлагается отменить «антимонопольные иммунитеты» с учетом сформированной «публичной» потребности в охране и защите конкуренции, в том числе на цифровых рынках.

К числу представителей частноправового подхода, критикующих предложения по отмене «антимонопольных иммунитетов» в сфере интеллектуальной собственности, можно отнести А.С. Ворожевич, Е.А. Кузнецову, Е.Е. Павлову, В.О. Калятина, М.В. Суспицыну и др.

По мнению А.С. Ворожевич, действующее законодательство содержит необходимый ряд частноправовых ограничений для обеспечения баланса интересов в высокотехнологичных отраслях экономики, в том числе устанавливает границы самого исключительного права, а инициатива по отмене «антимонопольных иммунитетов» для интеллектуальных прав может привести к падению стимулов для ведения научно-технических разработок¹. Хотя в одной из работ исследователь и признает, что «в сфере авторского права антиконкурентный эффект могут создавать действия обладателей исключительных прав на программы ЭВМ», особенно в вопросах доступа к программе, сказанное не означает, что такое поведение можно пресекать антимонопольными средствами: для большинства ограничительных лицензионных практик можно использовать общие нормы и специальные механизмы гражданско-правового регулирования². Однако нельзя не отметить, что механизм принудительного лицензирования, вероятно подразумеваемый автором в качестве частноправового способа противодействия монополизации рынков, распространяется только на объекты патентного права – изобретения, промышленные образцы, полезные модели и селекционные

¹ См. подробнее: Ворожевич А.С. Исключительные права в цифровой сфере: объекты, границы, пределы осуществления (комментарий законодательства) // Современные информационные технологии и право: монография / Московский госуниверситет им. М.В. Ломоносова, Юридический факультет / отв. ред. Е.Б. Лаутс. М.: Статут, 2019. С. 208-233.

² Ворожевич А.С. Лицензионные договоры и антитраст: опыт США и Японии, выбор России // Закон. 2015. № 3. С. 139.

достижения, оставляя за рамками возможного воздействия иные результаты интеллектуальной деятельности, в том числе программы для ЭВМ, получение доступа к которым сегодня лежит в плоскости доступа к релевантному товарному рынку¹.

Аналогичным образом, на возможное последствие отмены «антимонопольных иммунитетов» для сферы интеллектуальной собственности в виде падения стимулов для коммерциализации разработок, а также обесценивания института исключительных прав, указывают Е.А. Кузнецова, М.Ю. Кот².

По замечанию Е.Е. Павловой, В.О. Калятина, М.В. Суспицыной, «имущественные права на нематериальные объекты могут существовать только в том случае, если государство силой закона устанавливает их охрану, препятствующую свободному использованию обществом соответствующих объектов...Распространение на эту сферу общих правил антимонопольного законодательства может нанести серьезный вред российским авторам и другим правообладателям»³. В обоснование такой точки зрения специалисты указывают на абсолютный характер исключительного права, что позволяет защищать его от посягательств любых третьих лиц. Кроме того, исследователи отмечают, что Соглашение ТРИПС, участником которого является Российская Федерация, не обязывает к введению антимонопольного регулирования в данной области⁴.

Высказывая опасения относительно возможного отказа от «антимонопольных иммунитетов», Н. Вознесенский, Ю. Гнусина пишут, что «риск потерять контроль над исключительным правом резко снижает стимулы вкладывать денежные средства и время в разработку новых инновационных товаров»⁵. Против отмены «антимонопольных иммунитетов» в сфере интеллектуальной собственности также выступают С.П. Лялькова и В.Б. Наумов,

¹ Малыгина А.Н. Институт принудительного лицензирования в патентном праве РФ // Журнал Суда по интеллектуальным правам. 2021. № 1 (31). С. 23-32.

² Кузнецова Е.А., Кот М.Ю. Российские «интеллектуальные иммунитеты» в условиях Евразийского экономического союза // Российское конкурентное право и экономика. 2019. № 3 (19). С. 26.

³ Павлова Е.Е., Калятин В.О., Суспицына М.В. Гражданско-правовое и антимонопольное регулирование исключительных прав: инструмент на выбор? // Конкуренция и право. 2013. № 4. С. 53.

⁴ Там же.

⁵ Вознесенский Н., Гнусина Ю. Возможно ли ограничение распоряжения результатами интеллектуальной деятельности нормами антимонопольного права? // Корпоративный юрист. 2012. № 6 (Приложение). С. 27.

апеллируя к тому, что такое решение может привести к явному нарушению принципа баланса частных и публичных интересов в пользу последних¹.

Можно заметить, что аргументация приверженцев частнопроводного подхода к регулированию «антимонопольных иммунитетов» для интеллектуальной собственности строится на трех столпах:

а) абсолютности исключительного права, формирующей «легальную монополию» для обладателей результатов интеллектуальной деятельности и средств индивидуализации;

б) сохранении и поощрении инноваций, которые могут оказаться под угрозой, если отношения по поводу объектов интеллектуальной собственности войдут в предмет антимонопольного регулирования;

в) международно-правовых обязательствах Российской Федерации в части обеспечения надлежащего уровня правовой охраны объектов интеллектуальной собственности по Соглашению ТРИПС в отсутствие обязанности вводить антимонопольные ограничения по данному направлению.

Однако каждый из указанных параметров входит в контур критики со стороны представителей комплексного подхода к установлению «антимонопольных иммунитетов» в сфере интеллектуальной собственности, развиваемого в трудах А.Ю. Иванова, Д.А. Гаврилова, А.А. Акифьевой и пр.

По мнению А.Ю. Иванова, тезис о стимулировании инновационного развития через обеспечение все более высокого уровня правовой охраны «...интеллектуальных прав не основан на эмпирических данных и нуждается в критической оценке», в том числе с учетом того факта, что сама конкуренция как явление объективной рыночной действительности в силу имманентно присущих ей свойств выступает гарантом инновационного развития товарных рынков². Кроме того, автор обращает внимание на тот факт, что Соглашение ТРИПС допускает

¹ Лялькова С.П., Наумов В.Б. Интеллектуальная собственность и конкуренция: единство и борьба противоположностей // Государство и право. 2021. № 2. С. 83-94.

² Иванов А.Ю. Мифы о легальной монополии, или сказ о том, почему в России не развиваются инновации при упорной охране интеллектуальной собственности // Закон. 2020. № 2. С. 97.

антимонопольное регулирование для ограничительных лицензионных практик и не исключает такового¹.

Распространение антимонопольных требований на сферу интеллектуальной собственности, с точки зрения Д.А. Гаврилова, образует одну из ключевых тенденций в мировой практике и не преследует цели аннулирования правовой охраны объектов интеллектуальной собственности².

А.А. Акифьева полагает, что «система интеллектуальных прав сегодня должна обеспечивать не только интересы частного субъекта..., но и публичные: развитие творчества, образования, культуры»³. В качестве предложения по совершенствованию законодательного регулирования в указанной части, учитывающего публичные интересы в охране и стимулировании конкуренции, автор предлагает установить перечень запрещенных лицензионных практик, осуществление которых будет составлять антимонопольное нарушение⁴.

Против сохранения «антимонопольных иммунитетов» для обладателей объектов интеллектуальной собственности, особенно владельцев платформенных онлайн-решений, также выступает Д.М. Ашфа, поскольку они создают возможности по легализации злоупотреблений доминирующим положением на цифровых рынках со стороны иностранного цифрового бизнеса, например Microsoft, Apple и Google⁵.

В пользу корректировки подхода к установлению «антимонопольных иммунитетов» для интеллектуальной собственности высказывается В.Г. Истомин, предлагая отменить их для тех случаев, где наблюдаются признаки ограничения конкуренции⁶.

¹ Там же.

² Гаврилов Д. Антимонопольное регулирование и охрана интеллектуальной собственности: поиск баланса // Конкуренция и право. 2013. № 3. С. 20.

³ Акифьева А.А. Отмена «антимонопольных иммунитетов» для интеллектуальной собственности: за и против // Конкуренция и право. 2016. № 4. С. 39.

⁴ Там же. С. 39.

⁵ Ашфа Д.М. Антиконтентные практики на цифровых рынках и правовые способы их пресечения // Журнал российского права. 2024. № 4. С. 90.

⁶ Истомин В.Г. Интеллектуальные права и антимонопольное регулирование: оценка допустимости и пределов антимонопольных иммунитетов в контексте обеспечения баланса интересов // Журнал российского права. 2019. № 12. С. 112.

Важный аспект указанной проблематики описывает С.А. Сеницын. Выступая за отмену «антимонопольных иммунитетов» в рассматриваемой сфере, ученый утверждает, что «сам статус субъекта исключительного права не может предоставить гарантированный «иммунитет» от действия антимонопольного законодательства и...правовые режимы исключительного и конкурентного права являются «непересекающимися прямыми»»¹. Более того, С.А. Сеницын утверждает, что отождествление категории исключительных прав с некой абстракцией легальной монополии является не вполне корректным, учитывая, что данные права по своей сути образуют просто отдельный вид субъективных прав с присущими им особенностями².

В контексте сказанного стоит согласиться с профессором А.Е. Шаститко в том, что использование термина «легальная монополия» для целей констатации исключительного характера имущественных прав на объекты интеллектуальной собственности в разрезе междисциплинарного подхода достаточно дискуссионно: термин «монополия» имеет экономическую природу, описывающую структуру рынка в условиях, когда рыночная власть принадлежит одному продавцу, в то время как исключительность самого права, например на результат интеллектуальной деятельности, подчеркивает необходимость выполнения ряда условий для получения доступа к объекту³.

В продолжение данной линии рассуждений, нельзя не отметить, что, в случае с исключительными правами, мы имеем дело с правовой категорией, пронизанной свойством абсолютности и формально-юридическим обязательством любых третьих лиц по воздержанию от нарушения имущественных прав правообладателя, в отличие от экономической конструкции монополии, построенной на базе концентрации рыночной власти в руках единственного участника рынка.

¹ Сеницын С.А. Злоупотребление правом: от общего к частному (на примере патентных прав) // Вестник гражданского права. 2022. № 6. С. 67; Сеницын С.А. Гражданское право в современных социально-экономических условиях // Журнал российского права. 2021. № 1. С. 13.

² Там же.

³ См. подробнее: Шаститко А.Е. Защита конкуренции и интеллектуальной собственности: прагматические фильтры в междисциплинарном дискурсе / в сборнике Актуальные вопросы современного конкурентного права. Сборник научных трудов / А.В. Белицкая, В.А. Вайпан, О.А. Городов и др.; отв. ред. М.А. Егорова. М.: Юстицинформ, 2018. Вып. 2. С. 99-109.

Сказанное не означает, что данные конструкции не могут совпадать в одном лице: субъект, с позиций экономики, может занимать монопольное положение на рынке, владеть подавляющим объемом рыночной власти так, чтобы управлять рынком в своих интересах, и, в то же время, в аспекте правового воздействия, выступать в качестве обладателя исключительных прав на определенный объект интеллектуальной собственности, например программу для ЭВМ, являющуюся предметом правовой охраны. Но даже при таком подходе ставить знак тождества между монополией в экономическом значении и категорией абсолютного, исключительного права видится неверным, в том числе в вопросе так называемых «антимонопольных иммунитетов», хотя бы потому, что факт обладания исключительным правом необязательно порождает монополию на соответствующем товарном рынке.

При неоспоримом факте одновременного сосуществования двух явлений объективной реальности, экономики и права, большой вопрос вызывают попытки искусственного редуцирования порождаемых такой двойственностью смыслов к единому знаменателю, в частности, отождествления абсолютности исключительного права с монополией, равно как и возведения этой же абсолютности в ранг полной неприкосновенности не только со стороны любых частных интересов, но и интересов публичных, имеющих своим началом цель охраны и защиты конкуренции на рынках в целом.

Как было показано ранее, системообразующим аргументом защитников частноправового подхода является абсолютный характер исключительных прав, для которых попадание под запреты злоупотребления доминирующим положением на рынке и заключения антиконкурентных соглашений приравнивается к искажению правовой природы данных субъективных прав и общему падению уровня правовой охраны объектов интеллектуальной собственности. Однако кажется, что оценка предложений по отмене «антимонопольных иммунитетов» только через призму абсолюта исключительных прав является неполной, охватывающей лишь уровень правовой абстракции без учета реальных экономических эффектов.

Обратившись к истокам определения сущности исключительно права, мы можем наблюдать следующие «референции» их абсолютных свойств.

По мнению Г.Ф. Шершеневича, «исключительные права занимают место в системе прав в отделе прав абсолютных, рядом с вещными правами. Как вещное право является юридической возможностью пользования материальными вещами с устранением всех прочих от пользования теми же объектами, так и исключительное право представляет юридическую возможность совершения определенного рода действия с устранением всех прочих от подражания... Различие между вещными и исключительными правами заключается в их объекте»¹. Обозначение данных прав в качестве исключительных выдающийся отечественный цивилист связывает с тем, что юридическая защита здесь направлена на обеспечение исключительной возможности по совершению определенных действий с запретом на совершение аналогичных действий любыми другими лицами².

Разрабатывая доктрину интеллектуальных прав, В.А. Дозорцев также определил исключительные права, в которых ученый усматривал безусловное имущественное начало, в качестве разновидности абсолютных прав («квазиабсолютные права»), поскольку им противопоставляется обязанность неопределенного круга лиц воздерживаться от нарушения данных прав. По мнению В.А. Дозорцева, исключительные права применительно к объектам нематериального мира выполняют те же функции, что и право собственности для материальных объектов³. Свойство «исключительности» исследователь связывал, в том числе, с особенностями возникновения данных прав: ими могут обладать исключительно лица, указанные в законе, и исключительно по установленным в нем основаниям⁴.

¹ Шершеневич Г.Ф. Учебник русского гражданского права. В 2 томах. Т. 2. Особенная часть / Г.Ф. Шершеневич. – Москва: Издательство Юрайт, 2024. С.131.

² Там же. С. 131.

³ Дозорцев В.А. Интеллектуальные права: Понятие. Система. Задачи кодификации: сборник статей / В. А. Дозорцев; Исслед. центр частного права им. С. С. Алексеева при Президенте РФ. – 2-е изд. – М.: Статут, 2023. С. 4.

⁴ Там же. С. 6.

По мнению Л.А. Новоселовой, «исключительное право является абсолютным правом, так как оно возникает у правообладателя независимо от воли третьих лиц и с этим правом корреспондирует обязанность всех окружающих воздерживаться от действий, способных его нарушить или воспрепятствовать его осуществлению правообладателем»¹.

Обратившись к корневым исследованиями природы абсолютного субъективного частного права в целом, можно зафиксировать, что абсолютность в данном ключе сводится не только к механизму обеспечения субъективного права некой согласующейся с ним обязанностью в рамках отдельных правоотношений, но и собственно контролем управомоченного лица над принадлежащей ему возможностью поведения².

Если признать факт того, что ядром исключительного права, как и любого абсолютного субъективного частного права, выступает правовая возможность по наиболее полному контролю в отношении объекта право-притязания, заключающаяся, помимо прочего, в опции устранения любых третьих лиц от возможности его использования, при решении проблемы снятия «антимонопольных иммунитетов» в сфере интеллектуальной собственности, с учетом принципа баланса частных и публичных интересов, необходимо ответить на вопрос: действительно ли распространение запретов злоупотребления доминирующим положением и заключения антиконкурентных соглашений на сферу осуществления исключительных прав приведет к уничтожению их абсолютной природы и возможностей по контролю за использованием охраняемых правом интеллектуальной собственности объектов настолько, что ослабит охрану последней?

Представляется, что, в условиях всеобъемлющей интеграции цифровых платформенных компаний в систему социально-экономических отношений и

¹ Право интеллектуальной собственности: учебник / Е.В. Бадулина, Д.А. Гаврилов, Е.С. Гринь и др.; под общ. ред. Л.А. Новоселовой. М.: Статут, 2017. Т. 1: Общие положения [Электронный ресурс] // URL: <https://cloud.consultant.ru/cloud/cgi/online.cgi?req=doc&rnd=YKiLTg&base=CMB&n=18365#WaYysHUyPcUjTFrp> (дата обращения: 15.05.2024).

² Третьяков С.В. Д.М. Генкин, дискуссия об абсолютных правах вне правоотношений и некоторые вопросы классификации субъективных гражданских прав // Вестник гражданского права. 2022. № 4. С. 187.

коррелирующих тому революционных сдвигов в парадигме моделей потребления и продажи товаров и услуг, целесообразно ставить вопрос о возможности отмены «антимонопольных иммунитетов» в сфере интеллектуальной собственности для владельцев цифровых платформ, в том числе путем указания прямого изъятия из общих правил. Идея о возможности введения специального антимонопольного регулирования в рассматриваемой части для владельцев платформенных структур, как представляется, может выстраиваться по доказательственным параметрам, приведенным ниже.

1. Абсолютность исключительных прав не исключает интересов конкуренции и может конструироваться с учетом последних без уничтожения системообразующей сущности субъективных частных прав данного вида.

Несмотря на доводы о неправомерности снятия «антимонопольных иммунитетов» для интеллектуальной собственности только в силу абсолютного характера исключительных прав, данный аргумент не выдерживает критики хотя бы потому, что в периметр исключений из области антимонопольного законодательства не входят отношения, связанные с осуществлением и распоряжением правом собственности как наиболее абсолютным и сильным с позиции соответствующего «абсолюта» субъективным гражданским правом. Если причиной, по которой действия по осуществлению и распоряжению исключительными правами не вошли в поле антимонопольных запретов, является их абсолютность, то почему по аналогичным основаниям такая же участь не постигла право собственности как наиболее абсолютное вещное право?

Абсолютное начало исключительного права, также как и права собственности, не предполагает вседозволенности и существует в установленных законом границах и пределах его осуществления. Там, где частный интерес сталкивается с публичным, например в вопросах доступа к использованию критической для рынка инфраструктуры, могут срабатывать публично-правовые механизмы, обязывающие собственника обеспечить доступ к объекту на равных и недискриминационных основаниях для всех заинтересованных в этом лиц. Можно утверждать, что в таких случаях публично-правовые ограничения фактически

непосредственно служат интересам иных частных лиц и имеют своей конечной направленностью укрепление основ рыночной конкуренции как общественного блага с сопутствующим тому наращиванием экономической выгоды для всех участников рынка, а не только для собственника-монополиста¹.

Например, распространены случаи, когда субъект, владеющий ключевой и единственной для рынка инфраструктурой морского порта в регионе, становится естественным монополистом при оказании услуг в данном порту². Однако абсолютность его контроля над собственным поведением в отношении принадлежащего ему объекта прав, будучи действенной и позволяющей устранять от такового любых лиц, посягающих на его право, не сводится к вседозволенности и не допускает «антиконкурентного произвола» даже в силу базового принципа недопустимости осуществления прав и свобод человека и гражданина в нарушение прав и свобод других лиц (ч. 3 ст. 17 Конституции Российской Федерации)³. Понимая, что собственник намеренно, с целью недобросовестного обогащения и наращивания своей экономической мощи, может создавать препятствия в использовании объекта другими лицами, для которых недоступность функционала инфраструктуры фактически приравнивается к невозможности входа на определенный товарный рынок, государство вводит общеобязательный императив в виде специальных правил недискриминационного доступа к услугам субъектов естественных монополий в портах⁴.

Означает ли сказанное, что таким способом собственника лишают его права собственности на порт либо существенно ослабляют охрану права собственности в

¹ См. подробнее: Черепяхин Б.Б. К вопросу о частном и публичном праве / Б.Б. Черепяхин, проф. Гос. Иркут. ун-та. – Иркутск: [Иркут. 1-я Гос. типо-лит.], 1926. С. 7; Паращук С.А. Понятие конкуренции как общественного блага по российскому правопорядку. Правовое регулирование экономических отношений в современных условиях развития цифровой экономики: монография / отв. ред. В.А. Вайпан, М.А. Егорова. М., 2019. С. 274.

² См. подробнее: ст.4 Федерального закона от 17.08.1995 № 147-ФЗ «О естественных монополиях» // СЗ РФ. 21.08.1995. № 34. Ст. 3426; СЗ РФ. 14.06.2021. № 24 (Часть I). Ст. 4188; Постановление ФАС России №9094/23 по делу № 025/04/9.21-1691/2023 [Электронный ресурс] // URL: <https://br.fas.gov.ru/to/primorskoe-ufas-rossii/bf0b6d08-495d-43f2-8ce2-02d131fa20a8> (дата обращения: 15.05.2024).

³ Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020) // Российская газета. № 237. 25.12.1993; Официальный Интернет-портал правовой информации <http://pravo.gov.ru>, 06.10.2022.

⁴ Постановление Правительства РФ от 20.10.2017 № 1285 «Об утверждении Правил недискриминационного доступа к услугам субъектов естественных монополий в портах» // СЗ РФ. 30.10.2017. № 44. Ст. 6516; СЗ РФ. 14.03.2022. № 11. Ст. 1694.

целом? Нет. Остаются ли у собственника возможности по контролю над собственным поведением в отношении объекта там, где такое поведение является законным и не выходит за нормативно установленные границы и пределы его осуществления? Да. Продолжают ли применяться постулаты о недопустимости нарушения права собственности на инфраструктуру порта, принадлежащего собственнику таким образом, что собственник может пользоваться различными способами защиты в отношении его права? Да. Вместе с тем, при таком подходе «включается» принцип баланса частного и публичного интересов, обеспечивающий формирование механизма превенции множественности частноправовых конфликтов, что не может не сказываться на стабилизации и повышении эффективности имущественного оборота¹.

2. Конкуренция, будучи первоосновой рыночного порядка, в силу имманентно присущих ей свойств становится движущей силой инноваций.

Без технологических и сопутствующих технологическим новшеств выжить в конкурентной борьбе на цифровых платформенных рынках в долгосрочной перспективе практически невозможно: цифровые рынки – про постоянное самосовершенствование технологий исследования потребительского поведения, спроса и предложения на рынке, анализа данных, не ограничиваясь вышеприведенным.

Поэтому трудно согласиться с тем, что отмена «антимонопольных иммунитетов» в области интеллектуальной собственности может существенным образом сказаться на росте инноваций и инновационного потенциала цифровых платформенных рынков.

Международные рейтинги показывают, что ядро наиболее инновационных компаний в мире образуют владельцы платформенного бизнеса – компании Apple, Amazon, Alphabet (Google), Microsoft². Те же организации, а также Nvidia,

¹ Карелина С.А. Правовые проблемы обеспечения баланса интересов участников отношений несостоятельности (банкротства): тенденции правоприменения // Предпринимательское право. 2024. № 2. С. 40.

² Most Innovative Companies 2023. Reaching New Heights in Uncertain Times. BCG [Электронный ресурс] // URL: <https://www.bcg.com/publications/2023/advantages-through-innovation-in-uncertain-times> (дата обращения: 31.05.2024).

составляют топ-5 лидеров по рыночной капитализации в 2024 г.¹. При этом они базируются в тех зарубежных юрисдикциях, где отношения в области интеллектуальной собственности могут стать предметом антимонопольного расследования.

Также можно провести дополнительную аналогию с правом частной собственности: данное право, будучи фундаментальной основой гражданского оборота, равным образом способствует возможностям создания и последующей коммерциализации частных разработок, например, путем организация предприятия по производству компьютерных видеокарт, чипов, воплощенных на материальных носителях, серверных установок, обеспечивающих функционирование компьютерных устройств и облачных технологий, используемых для «написания» программных кодов, в том числе в рамках цифровых платформенных сервисов. Но данное право не устраняется из сферы антимонопольного законодательства, хотя его ни при каких условиях нельзя считать менее значимым для экономического оборота, чем право исключительное.

3. «Антимонопольные иммунитеты» в сфере интеллектуальной собственности могут использоваться владельцами цифровых платформенных сервисов для «прикрытия» антиконкурентных практик, связанных с использованием инфраструктуры платформы.

В частности, владельцы цифровых платформ могут намеренно оформлять отношения в области доступа к программе через лицензионные договоры вместо SaaS-соглашений в надежде, что в таком случае сработают ограничения на применение антимонопольных запретов сообразно ч. 4 ст. 10, ч. 9 ст. 11 Закона о защите конкуренции². К примеру, такие попытки

¹ Largest Companies by Market Cap [Электронный ресурс] // URL: <https://companiesmarketcap.com/> (дата обращения: 31.05.2024); Top 10 biggest companies in the world by market cap in 2024 [Электронный ресурс] // URL: <https://www.forbesindia.com/article/explainers/top-10-largest-companies-world-market-cap/86341/1> (дата обращения: 31.05.2024).

² Software-as-a-Service, или SAAS-договор – соглашение об оказании услуг по предоставлению удаленного доступа к программному обеспечению. Непосредственно программное обеспечение на материальных носителях в этом случае не передается пользователю SaaS и не устанавливается на его компьютерах (серверах) (см. подробнее: Письмо Минфина России от 30.11.2016 № 03-07-08/70744. Вопрос: ...Об НДС при оказании услуг по предоставлению доступа к компьютерному обеспечению через Интернет [Электронный ресурс] // URL: <https://cloud.consultant.ru/cloud/cgi/online.cgi?req=doc&base=QUEST&n=169581&dst=100001&cacheid=D65A83AE1EFB197A7928820091E6A21C&mode=splus&rnd=hHnORA#EukKSIUA5dzXbVUG1> (дата обращения: 31.05.2024).

предпринимались компанией Google в рамках антимонопольного разбирательства, инициированного Яндекс по вопросу предустановки мобильных приложений на Android-устройства. Однако ФАС России отклонило доводы ответчика, указав, что «в предмет договора, оформляющего предоставление права использования программы для ЭВМ, может включаться только описание пределов использования программы. Любые иные вопросы взаимоотношений сторон, которые также может урегулировать лицензионный договор, будут выходить за пределы лицензионных правоотношений»¹.

4. Действующим антимонопольным законодательством для ряда антиконкурентных практик, в том числе составляющих злоупотребление доминирующим положением на товарном рынке (например, путем навязывания невыгодных условий договора, создания дискриминационных условий и пр.), предусмотрено применение института обязательных предупреждений об устранении антимонопольных нарушений. В таких случаях возбуждение антимонопольного дела становится возможным только в том случае, если хозяйствующий субъект, включая владельца цифровой платформы, в установленный антимонопольным органом срок данное предупреждение не исполнит (ч. 2 ст. 39.1 Закона о защите конкуренции).

При таких обстоятельствах, обязательное предупреждение выполняет роль инструмента «мягкого регулирования» отношений в сфере конкуренции и является превентивной мерой, направленной на «выравнивание» баланса частных и публичных интересов.

Учитывая, что поведение владельцев платформенных сервисов как в России, так и за рубежом, часто получает квалификацию в качестве злоупотребления доминирующим положением посредством навязывания невыгодных условий договора с обязательной выдачей предупреждения как условия возбуждения антимонопольного дела, здесь уже срабатывает механизм превенции, не

31.05.2024); Санникова Л.В., Харитонов Ю.С. Цифровые активы: правовой анализ: монография. Москва: 4 Принт, 2020. 304 с.).

¹ Решение и предписание ФАС России по делу № 1-14-21/00-11-15 от 5 октября 2015 г...

допускающий подрыва инновационного процесса и необоснованного вмешательства в вопросы функционирования платформенных компаний¹.

5. Существующие нормативные требования в области применения отдельных программных технологий, в частности, рекомендательных систем, не достигают целей прозрачности их использования владельцами цифровых платформ.

Как отмечают Ю.С. Харитонов, Т. Ян, рекомендательные системы как субтехнологии искусственного интеллекта формируют рекомендации для каждого отдельного пользователя на основе информации о прошлой активности в Интернете: неявные отзывы пользователей применяются вместо явных рейтингов в качестве выражения предпочтений лиц².

Для обеспечения прозрачности работы данных систем в нормы информационного законодательства были введены положения, предписывающие владельцам информационных ресурсов раскрывать правила работы рекомендательных систем, включая описание процессов обработки сведений о предпочтениях пользователей, на основании которых алгоритмы искусственного интеллекта формируют рекомендации (например, о товарах и услугах, представленных на цифровой платформе), виды и источники таких сведений (ст. 10.2-2 Закона об информации).

Вместе с тем, анализ правил применения рекомендательных технологий отдельных владельцев цифровых платформ показывает, что такие правила во многом носят номинальный, абстрактный характер, не раскрывающий сути формирования рекомендаций для третьих лиц³. При отсутствии должной

¹ См., например, дело Booking.com (подробнее: Решение ФАС России № АД/115711-ДСП/20 по делу № 11/01/10-41/2019 от 29 декабря 2020 г....

² См. подробнее: Харитонов Ю.С., Ян Т. Рекомендательные системы: выработка правовых подходов в России и Китае // Предпринимательское право. 2022. № 2. С. 50-58.

³ Например, правила работы рекомендаций на цифровой платформе Вайлдберриз включают всего семь пунктов, где, в том числе, приводится перечень данных, используемых для обучения алгоритмов, влияющих на результаты выдачи товаров по запросу пользователей (см. подробнее: Правила применения рекомендательных технологий [Электронный ресурс] // URL: <https://global.wildberries.ru/services/recommendation-technologies> (дата обращения: 01.03.2025). Вместе с тем, в открытых источниках прямо указано, что алгоритмы площадки, помимо прочего, анализируют контент карточек товаров (описание, характеристики товара, ключевые слова), и результат такого анализа может влиять на порядок их ранжирования в поиске (см. подробнее: Как работает SEO-продвижение на Wildberries [Электронный ресурс] // URL: <https://anabar.ai/publications/glavnye-metody-seo-prodvizheniya-na-wildberries> (дата обращения: 01.03.2025). Однако информация об этом отсутствует в официальных правилах, что

прозрачности правил работы таких алгоритмов формируется простор для злоупотребления доминирующим положением с использованием рекомендательных технологий в составе программ для цифровых платформ, что может искажать конкуренцию и затрагивать интересы неопределенного круга пользователей платформы. Поэтому следует согласиться с И.С. Шиткиной, Д.О. Бирюковым в том, что использование алгоритмов искусственного интеллекта может причинять вред субъектам предпринимательской деятельности, и, как представляется, особую актуальность данная проблематика приобретает при ведении конкурентной борьбы на цифровых рынках¹.

В связи со сказанным видится, что в настоящее время формируются предпосылки для возобновления дискуссии о возможном снятии «антимонопольных иммунитетов» в сфере интеллектуальной собственности для владельцев цифровых платформ, прежде всего в отношении осуществления исключительных прав на программы для ЭВМ. При этом, безусловно, стоит исходить из того, что предметом возможных антимонопольных запретов относительно функционирования владельцев платформенных сервисов должно быть не любое осуществление исключительных прав вообще, а то только то, где могут иметь место признаки ограничения конкуренции и поведение, составляющее содержание злоупотребления доминирующим положением на товарном рынке, как это предусмотрено законом.

Вывод: Проблема злоупотребления субъектом предпринимательской деятельности, использующим цифровую платформу, своим доминирующим положением в сфере исключительных прав находится в прямой связи с проблематикой так называемых «антимонопольных иммунитетов» в указанной сфере. Несмотря на идею сторонников «антимонопольным иммунитетов», выступающих за сохранение изъятия из-под действия антимонопольных запретов действий правообладателя (в том числе владельца цифровой платформы) по

может напрямую затрагивать интересы профессиональных пользователей платформы и затруднять продвижение их товаров на платформе, создавая преимущества для собственных продаж оператора цифровой площадки, осведомленного об особенностях работы рекомендаций.

¹ См. подробнее: Шиткина И.С., Бирюков Д.О. Искусственный интеллект: правовые аспекты // Право и экономика. 2023. № 11. С. 5-14; № 12. С. 5-15 // СПС «КонсультантПлюс».

осуществлению исключительных прав на эти объекты, следует признать необходимым обеспечение баланса частноправовых и публично-правовых интересов, в том числе обеспечение публичных интересов в защите конкурентных отношений на рынке, интересов неопределенного круга потребителей на рынке с использованием цифровых платформ, а также частно-правовых интересов, включая права и законные интересы отдельных хозяйствующих субъектов и отдельных потребителей от злоупотребления доминирующим положением владельцев цифровых платформ. При нарастающих тенденциях монополизации товарных рынков с использованием цифровых платформ необходимо соразмерное изменение сложившегося законодательного подхода к применению «антимонопольных иммунитетов» в сфере интеллектуальной собственности к владельцам цифровых платформ, прежде всего, в вопросах осуществления исключительных прав на программы для ЭВМ.

Глава 3. Правовая защита от злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровых платформ

§1. Защита частных и публичных интересов от злоупотребления доминирующим положением в условиях цифровой экономики

Синергетическое развитие цифровых рыночных структур возможно и необходимо при постоянном переплетении и согласовании частных и публичных интересов, точка баланса которых гармонизирует имущественный оборот и становится отправным вектором успешного внедрения и поддержания инноваций.

Как пишет О.Ю. Кравченко, «публичный интерес может преобразовываться в частный интерес универсального характера, а частный интерес – в публичный»¹. При этом, по мнению исследователя, универсальный интерес, трактуемый как результат единства интересов частного и публичного свойства, также являет собой «общее благо» для неопределенного круга субъектов, включая лиц, чье право ограничено².

Одним из безусловных и первоосновных нарративов существования экономики рыночного типа является общее, или, как справедливо указывает С.А. Паращук, общественное благо конкуренции³. Но в условиях, когда дискретные искажения конкурентной борьбы, допускаемые доминирующими хозяйствующими субъектами с использованием цифровых платформ, не исключены, актуализируется вопрос о том, каким образом осуществляется защита частных и публичных интересов вследствие допущенных правонарушений в рассматриваемой сфере.

¹ Кравченко О.Ю. Публичные и частные интересы в праве: политико-правовое исследование: автореф. дис. ... канд. юрид. наук. Казань, 2004. С. 9.

² Там же. С. 9.

³ Паращук С.А. Понятие конкуренции как общественного блага по российскому правопорядку. Правовое регулирование экономических отношений в современных условиях развития цифровой экономики: монография / отв. ред. В.А. Вайпан, М.А. Егорова. М., 2019. С. 274-275.

Известно, что право на защиту определяется в качестве предоставленной уполномоченному лицу возможности применения мер правоохранительного характера для восстановления его нарушенного или оспариваемого права, в том числе права на свободную и честную конкуренцию¹. При этом не стоит забывать, что проблема права на защиту, как отмечает В.П. Грибанов, – это проблема не только материального, но и процессуального права, заключенная в его двойственной природе².

Так, с материально-правовой точки зрения содержание указанного права раскрывается через комплекс таких правомочий, как право на самозащиту, право на использование мер оперативного воздействия, право на обращение в уполномоченный орган с требованием применения мер государственного принуждения, а с процессуально-правовой – через право договорного определения подсудности спора, а также порядка реализации материально-правовой возможности обращения в уполномоченный орган с целью защиты своих прав и законных интересов³.

При изучении вопросов защиты прав в сфере предпринимательской деятельности отправным началом также является разграничение понятий формы и способа защиты прав. Под формой защиты прав обычно понимается комплекс внутренне согласованных организационных мероприятий по защите субъективных прав и охраняемых законом интересов⁴. Способ защиты прав, в свою очередь, рассматривается как закрепленные законом материально-правовые и процессуальные меры принудительного характера, посредством которых производится восстановление (признание) нарушенных (оспариваемых) прав и осуществляется воздействие на правонарушителя⁵.

¹ Предпринимательское право Российской Федерации: Учебник / Е.Г. Афанасьева, А.В. Белицкая, В.А. Вайпан и др.; отв. ред. Е.П. Губин, П.Г. Лахно. 3-е изд., перераб. и доп. М.: НОРМА, ИНФРА-М, 2017. С. 786.

² Грибанов В.П. Осуществление и защита гражданских прав. – 2-е изд. – Москва: Статут, 2020. – С. 112. (Классика российской цивилистики.)

³ Там же. С. 787.

⁴ Предпринимательское право Российской Федерации: Учебник / Е.Г. Афанасьева, А.В. Белицкая, В.А. Вайпан и др.; отв. ред. Е.П. Губин, П.Г. Лахно. 3-е изд., перераб. и доп. М.: НОРМА, ИНФРА-М, 2017. С. 937.

⁵ Там же. С. 937.

В юридической науке традиционно приводится широкая классификация форм и способов защиты прав в сфере предпринимательской деятельности. Формы защиты прав подразделяются на неюрисдикционные (самозащита) и юрисдикционные (судебная, административная, третейская), а среди способов защиты прав выделяют такие виды, как материально-правовые (например, пресекательные, восстановительные, штрафные и пр.) и процессуальные (например, признание права, принуждение к совершению действия, преобразование правоотношений и пр.)¹.

Применительно к использованию самозащиты, одновременно рассматриваемой в доктрине в качестве способа и формы защиты прав, сразу следует отметить, что применение таковой имеет определенные сложности в силу более слабого положения пользователей цифровых платформ в сравнении с ее владельцем². Например, какие меры самозащиты против незаконных, антиконкурентных действий владельца маркетплейса могут предпринять партнеры, владеющие пунктами выдачи заказов в случае, если площадка в одностороннем порядке вводит в оферту обременительные штрафы за каждое потенциально некорректное действие при выдаче товара? Досрочно прекратить сотрудничество? Но насколько такая мера будет отвечать встречным интересам более слабой стороны платформенного рынка, которая вследствие такого решения может лишиться статуса его участника?

Аналогичным образом, следует отметить, что третейское разбирательство как неюрисдикционная форма защиты прав и законных интересов не может быть использована в случаях, когда незаконное поведение владельца цифровой платформы требует квалификации в качестве правонарушения – злоупотребления доминирующим положением на товарном рынке по ст. 14.31 КоАП РФ, поскольку сказанное обязывает к необходимости проведения анализа состояния конкуренции

¹ Там же. С. 789.

² Подробнее о дискуссии по вопросу определения самозащиты как способа и (или) формы защиты прав см., например: Гришин П.А. Самозащита – форма или способ защиты гражданских прав // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2013.

на рынке, осуществление которого относится к исключительной компетенции ФАС России.

Интересно, что М.А. Егорова, при рассмотрении вопросов защиты прав и законных интересов в антимонопольной сфере, акцентирует внимание не столько на рассмотрении форм и способов защиты права, сколько на мерах обеспечения конкуренции, среди которых предлагает выделять меры защиты конкуренции и меры ответственности за нарушение антимонопольного законодательства. К первой группе относятся меры, преобладающая часть которых носит превентивный характер: выдача антимонопольным органом предостережений о недопустимости нарушения антимонопольного законодательства, предупреждений о прекращении действий (бездействия), которые содержат признаки нарушения антимонопольного законодательства, выдача предписаний и т.п.¹. Ко второй группе мер относится привлечение лица, допустившего правонарушение, к гражданской, административной, уголовной ответственности, а также к особому виду ответственности, который может быть применен исключительно к доминирующим хозяйствующим субъектам – антимонопольной ответственности в виде принудительного разделения или выделения коммерческих организаций, а также некоммерческих организаций, осуществляющих деятельность, приносящую им доход (ст. 38 Закона о защите конкуренции), что соответствует ведущей мировой практике в отношении доминирующих цифровых платформ, создающих угрозу развитию свободной и честной конкуренции на национальных и трансграничных рынках, и ведет к созданию конкурирующих между собой цифровых компаний². Отдельное внимание в доктрине уделяется применению к хозяйствующим субъектам такой специальной меры антимонопольной ответственности, как выдача антимонопольным органом предписания о перечислении федеральный бюджет

¹ Можно утверждать, что сегодня в отношении владельцев цифровых платформ ФАС России, в первую очередь, стремится использовать механизмы превенции, о чем свидетельствует, например, выдача предупреждений в адрес сервисов Wildberries и Ozon (см. подробнее: ФАС выдала предупреждение «Вайлдберриз» [Электронный ресурс] // URL: <https://fas.gov.ru/news/33200> (дата обращения: 02.06.2024); ФАС России выдала предупреждение Ozon [Электронный ресурс] // URL: <https://fas.gov.ru/news/33238> (дата обращения: 02.06.2024)).

² Конкурентное право: учебник / под общ. ред. М.А. Егоровой, А.Ю. Кинева. М.: Юстицинформ, 2018. С. 538.

дохода, полученного вследствие нарушения антимонопольного законодательства (ст. 51 Закона о защите конкуренции)¹; применение указанной меры ответственности допускается в отношении хозяйствующих субъектов, осуществляющих деятельность на высокотехнологичных рынках, в том числе к владельцам цифровых платформ².

Стоит согласиться с предложенной автором классификацией мер обеспечения конкуренции и подчеркнуть, что на рынках, функционирующих с использованием цифровых платформ, особое внимание необходимо уделять превенции антимонопольных правонарушений. Цена возможной ошибки антимонопольного правоприменения, исходя из предложенной в 1984 г. Ф. Истербрука концепции оценки затрат на устранения ошибок антимонопольного правоприменения, становится достаточно высокой; может привести не только к несению высоких имущественных издержек владельцем платформенного сервиса (например, вследствие необходимости уплаты оборотного штрафа за допущенное антимонопольное нарушение), но и к существенным издержкам социального характера (например, из-за отключения того или иного функционала платформы, посредством которого обеспечивалось удовлетворение спроса потребителей и обслуживание их потребностей)³. В связи с этим релевантной видится разработка

¹ См. подробнее: Савицкая И.Г. Проблемы применения института предупреждения о прекращении действий, содержащих признаки нарушения антимонопольного законодательства Российской Федерации // Информационно-аналитический журнал «Арбитражные споры». 2020. № 4. С. 45-56; Салиева Р.Н., Салиев И.Р. Ответственность за нарушение антимонопольного законодательства в сфере снабжения энергоресурсами: правоприменительная практика // Конкурентное право. 2022. № 1. С. 12-17.

² Далее, в параграфе §3 настоящей главы, при рассмотрении вопросов антимонопольной ответственности, приводится пример использования указанной меры на высокотехнологичных рынках, в частности, против ПАО «МТС».

³ Согласно концепции оценки затрат на устранение ошибок антимонопольного правоприменения, разработанной в 1984 г. американским судьей, профессором Чикагского университета Ф. Истербруком в статье «Пределы действия антимонопольного права», существует два типа ошибок антимонопольного применения: а) ошибки первого типа («ложноположительные»); б) ошибки второго типа («ложноотрицательные»). Ошибки первого типа являются наиболее распространенными и сводятся к ошибочному выводу суда или регулирующего органа о том, что та или иная практика является антиконкурентной. Причинами сказанного становится сложность в определении антиконкурентного поведения и его отличия от предконкурентного поведения в каждом конкретном случае, а также определенной склонности правоприменительных органов давать антиконкурентные объяснения тому поведению, которое является новым и недостаточно хорошо изученным, неопределенным и сложно прогнозируемым. Ошибки второго типа встречаются реже, и сводятся к недостаточному сдерживанию антиконкурентного поведения в тех случаях, когда это являлось действительно необходимым (см. подробнее: Easterbrook F.N. Limits of Antitrust. 63 Texas Law Review 1 (1984). Pp.2-40. [Электронный ресурс] // https://chicagounbound.uchicago.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2152&context=journal_articles; (дата обращения: 10.02.2022). Проблематика оценки затрат на устранение ошибок антимонопольного правоприменения рассматривается также в работах Г. Ховенкампа (см. подробнее: Hovenkamp H. Antitrust Error Costs // Univ. of Pennsylvania Journal of Business Law. 2022. Vol. 24. P. 293-349).

некоего аналога концепции оценки затрат на устранение ошибок антимонопольного правоприменения в условиях российской правовой действительности и практики противодействия антиконкурентному поведению доминирующих хозяйствующих субъектов на цифровых платформенных рынках, в частности, через расширение практики выдачи предупреждений о прекращении действий (бездействий) владельцам цифровых платформ, нарушающим запреты злоупотребления доминирующим положением, в качестве обязательного условия, предшествующего возбуждению дела, по всем антиконкурентным практикам в соответствии с ч. 1 ст. 10.1 Закона о защите конкуренции¹. Применение данного подхода создает условия для повышения качества и эффективности антимонопольной практики в сфере функционирования цифровых платформенных сервисов, становится общей превенцией против отрицательного воздействия принимаемых по результатам антимонопольных расследований решений на состояние конкуренции на цифровых рынках, повышение их инновационного характера, а также на осуществление прав и законных интересов потребителей цифровых платформ.

Отдельного внимания заслуживает позиция К.А. Писенко, который, при разграничении неюрисдикционных и юрисдикционных процедур в антимонопольном праве, в аспекте противодействия злоупотреблению доминирующим положением, в качестве приоритетных обозначает использование процедур, не связанных с разрешением конфликта (процедур неюрисдикционного характера), а именно инструментов контроля экономической концентрации, направление антимонопольным органом предостережений о недопустимости совершения действий, в результате которых может быть допущено нарушение требований антимонопольного законодательства, плановые и внеплановые проверки².

¹ В настоящее время, выдача предупреждений владельцам цифровых платформ о прекращении действий (бездействий), нарушающих антимонопольное законодательство, до возбуждения дел, осуществляется только при нарушении пунктов 3, 5, 6 и 8 ч. 1 ст. 10 Закона о защите конкуренции и не охватывает такие практики, как, например, установление монопольно высокой или монопольно низкой цены товара, создание препятствий доступу на товарный рынок или выходу из товарного рынка другим хозяйствующим субъектам.

² Писенко К.А. Административные процедуры неюрисдикционной публично-властной деятельности антимонопольного органа: Монография. М.: РУДН, 2012. С. 48. Стоит отметить, что проведение антимонопольных

Вместе с тем, представляется, что наиболее эффективной и действенной в вопросах защиты прав и законных интересов от злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровых платформ остается юрисдикционная форма (административная, судебная), с корреспондирующими ей способами защиты прав и законных интересов заинтересованных лиц. При этом допустимо говорить и о том, что при защите прав и законных интересов, нарушенных владельцем цифровой платформы вследствие злоупотребления доминированием на рынке, используются следующие формы:

1) индивидуальная защита прав и законных интересов хозяйствующего субъекта – пользователя цифровой платформы (включая его группу лиц), выступающих в качестве продавца, либо покупателя (потребителя), нарушенных в результате ограничения конкуренции на рынке, осуществляемая путем: а) рассмотрения антимонопольным органом заявления хозяйствующего субъекта-продавца либо пользователя цифровой платформы по факту данного правонарушения; б) рассмотрения судом иска хозяйствующего субъекта – пользователя цифровой платформы о взыскании убытков, причиненных злоупотреблением доминирующим положением, либо неосновательного обогащения;

2) защита коллективных (групповых) интересов пользователей цифровой платформы (включая группу лиц каждого из них) путем: а) рассмотрения антимонопольным органом коллективного заявления группы пользователей (продавцов либо покупателей, потребителей), либо рассмотрения антимонопольным органом заявления от некоммерческой организации, объединяющей группу пользователей цифровой платформы (включая организации по защите прав потребителей), поданное в защиту интересов неопределенного круга пользователей (потребителей), нарушенных в результате ограничения

проверок в отношении владельцев цифровых платформ, действующих в статусе аккредитованных ИТ-компаний, формирует более чем актуальное направление деятельности антимонопольного органа, учитывая, что мораторий на их осуществление был отменен лишь в 2024 г. на фоне участвовавших жалоб потребителей товаров и услуг, реализуемых посредством платформенных решений, и других субъектов предпринимательской деятельности (см. подробнее: Постановление Правительства РФ от 20.03.2024 № 340 «О внесении изменений в постановление Правительства Российской Федерации от 24 марта 2022 г. № 448» // СЗ РФ. 25.03.2024. № 13. Ст. 1809).

конкуренции на рынке, б) рассмотрения судом группового иска пользователей цифровой платформы о взыскании убытков либо неосновательного обогащения от злоупотребления доминирующим положением либо иска уполномоченного органа (организации) в защиту неопределенного круга потребителей.

Как в случае с индивидуальной защитой прав и законных интересов пользователей цифровой платформой, так и при защите коллективного (группового) интереса, нарушенного вследствие злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровой платформы, необходимо соблюдение единого порядка подачи заявления в антимонопольный орган по ст. 44 Закона о защите конкуренции.

По результатам рассмотрения заявлений, антимонопольное ведомство принимает одно из следующих решений: 1) о возбуждении дела о нарушении антимонопольного законодательства; 2) об отказе в возбуждении дела о нарушении антимонопольного законодательства; 3) о выдаче предупреждения в соответствии со статьей 39.1 Закона о защите конкуренции (ч. 8 ст. 44 Закона о защите конкуренции). Если антимонопольным органом было возбуждено дело по признакам злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровой платформы, по результатам его рассмотрения владельцу цифровой платформы вместе с решением выдается предписание по делу (ст. 50 Закона о защите конкуренции).

Анализ правоприменительной практики антимонопольного органа показывает, что при обращении в ФАС России за защитой прав и законных интересов имеют место как индивидуальные, так и коллективные заявления пользователей цифровых платформ, которые доказывают свою эффективность.

Например, в 2020 г. дело о злоупотреблении доминирующим положением на рынке мобильных устройств под управлением операционной системы iOS было возбуждено против компании Apple Inc. по итогам рассмотрения индивидуального заявления пользователя цифровой платформы, АО «Лаборатория Касперского», которое было вынуждено ухудшить функциональность своего мобильного приложения для родительского контроля Kaspersky Safe Kids для «яблочных»

устройств из-за стремления Apple Inc. продвигать собственное конкурирующее приложение «Экранное время». Антимонопольная служба признала компанию Apple Inc. нарушившей ч. 1 ст. 10 Закона о защите конкуренции и выдала предписание о прекращении злоупотребления доминирующим положением и совершении действий, направленных на обеспечение конкуренции¹.

В свою очередь, примером направления коллективного заявления в ФАС России в отношении владельца цифровой платформы является дело «о колдунщиках» против ООО «Яндекс». В 2020 г. в ФАС России поступило коллективное заявление от группы пользователей в составе 8 компаний, владеющих цифровыми сервисами (Циан, Авито, Дром, 2ГИС, аудиовизуальный сервис Ivi, Туту.ру, Zoon.ru, Профи), о злоупотреблении доминирующим положением ООО «Яндекс» на рынке поиска в Интернете². Заявители утверждали, что ООО «Яндекс» осуществляет антиконкурентное продвижения сервисов Яндекс и сервисов лиц, входящих с Яндекс в одну группу, в поисковой системе yandex.ru, что приводит (может привести) к негативным последствиям для заявителей и уходу их с соответствующих товарных рынков. После рассмотрения данного коллективного заявления, ФАС России пришла к выводу, что ООО «Яндекс» могло своими действиями (бездействием) создавать дискриминационные условия на рынке поиска в Интернете и выдала компании предупреждение о прекращении предоставления преимущественных возможностей в поисковой системе yandex.ru собственным сервисам и обеспечении прозрачности доступа третьих лиц к продвижению сервисов в указанной системе. Из-за неисполнения предупреждения в установленный срок, антимонопольная служба возбудила дело против ООО «Яндекс» по признакам злоупотребления доминирующим положением на товарном рынке, однако в последующем между ФАС России и ООО «Яндекс»

¹ Решение ФАС России №АД/74808-ДСП/20 по делу № 11/01/10-24/2019 от 28 августа 2020 г. (дело АО «Лаборатория Касперского» против Apple Inc.) [Электронный ресурс] // URL: <https://br.fas.gov.ru/ca/upravlenie-regulirovaniya-svyazi-i-informatsionnyh-tehnologiy/b70e9d96-8d39-46f5-9d7d-342da95b354b/> (дата обращения: 12.03.2025).

² Помимо указанных организаций, в качестве самостоятельных заявителей по данному делу также выступали компании ООО «Кассир.ру» (владелец сервиса по приобретению билетов kassir.ru) и ООО «Вайлдберриз» (владелец маркетплейса Wildberries).

было заключено мировое соглашение, рассмотрение дела в отношении компании было прекращено¹.

Дополнительно следует отметить, что одно из ключевых для российской антимонопольной практики дел против владельцев цифровых платформ, где по результатам антимонопольного разбирательства, помимо выдачи предписания об прекращении злоупотребления доминирующим положением, на платформенную компанию был наложен оборотный штраф в размере 1,3 млрд рублей, стало дело против владельца агрегатора информации о средствах размещения Booking.com. Важно обратить внимание на следующий факт: данное дело возбуждено на основании обращения Общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «ОПОРА РОССИИ», действовавшей в защиту коллективного интереса неопределенного круга пользователей цифровой платформы (средств размещения, использующих платформу для публикации предложений о бронировании гостиничных номеров)².

Кроме того, на текущий момент, на примере рынка электронной коммерции, активную позицию по вопросам защиты интересов неопределенного круга пользователей цифровых платформ занимают некоммерческие организации групп пользователей цифровых платформ, например Ассоциация участников рынка электронной коммерции (АУРЭК), Международная ассоциация развития маркетплейсов и предпринимателей (МАРМП) и др. Сегодня некоммерческие организации, объединяющие группы пользователей цифровых платформ, выявляют дискриминационные условия взаимодействия владельца цифровой платформы с пользователями и привлекают внимание регулятора к соответствующим проблемам с целью принятия предупредительных мер.

¹ Колдунщики – программы, подбирающие по запросу пользователя максимально релевантную информацию в удобной визуализации. Мировое соглашение между ФАС России и ООО «Яндекс» было заключено в рамках судебного разбирательства по оспариванию ООО «Яндекс» приказа ФАС России о возбуждении дела о нарушении антимонопольного законодательства (см. подробнее: Решение ФАС России № ПИ/55836-ДСП/22 по делу № 11/01/10-11/2021 от 8 июня 2022 г. (дело «о колдунщиках» против ООО «Яндекс»)) [Электронный ресурс] // URL: <https://br.fas.gov.ru/ca/upravlenie-regulirovaniya-svyazi-i-informatsionnyh-tehnologiy/c026e2e4-0945-462f-a69d-fa5c9de473bc/> (дата обращения: 17.03.2025).

² Решение ФАС России №АД/115711-ДСП/20 по делу № 11/01/10-41/2019 от 29 декабря 2020 г. (дело Booking.com) [Электронный ресурс] // URL: <https://br.fas.gov.ru/ca/upravlenie-regulirovaniya-svyazi-i-informatsionnyh-tehnologiy/cdf15018-ef29-40e8-acbd-d39edc8aee39/> (дата обращения: 31.05.2024).

Так, известны случаи направления АУРЭК жалобы в ФАС России из-за изменений в методике расчета сервисного сбора для владельцев пунктов выдачи Ozon; направления АУРЭК в ФАС России обращения в связи с неисполнением компанией Wildberries выданного антимонопольной службой предупреждения о необходимости внесения изменений в условия оферты с продавцами¹. Со стороны МАРМП в 2024 г. также было направлено обращение в антимонопольный орган с просьбой проверить применяемые владельцами маркетплейсов механизмы «авто-акций» на предмет их соответствия требованиям антимонопольного законодательства². В том числе в результате такого обращения ФАС России выданы предупреждения в адрес владельцев маркетплейсов Wildberries и Ozon о необходимости изменения условий, определяющих включение товаров продавцов в автоматические распродажи и акции³. В связи с этим следует согласиться с Ю.Г. Лесковой в том, что профессиональные объединения предпринимателей могут осуществлять социально-значимые функции⁴; на примере рынка цифровых платформ – влиять на восстановление прозрачности механизмов конкуренции, в том числе в интересах потребителей цифровой платформы.

При этом важной особенностью, предопределяющей возможность использования административного порядка защиты как в индивидуальной, так и в коллективной форме, остается наличие публичного интереса, подлежащего защите. В противном случае заявления не рассматриваются антимонопольным органом и направляются в иной уполномоченный исполнительный орган государственной

¹ АУРЭК обратилась в ФАС из-за новой методики расчета сервисного сбора в Ozon [Электронный ресурс] // URL: <https://www.vedomosti.ru/business/news/2024/03/28/1028592-aurek-fas-ozon> (дата обращения: 28.03.2025); ФАС изучит материалы Wildberries об исполнении своего предупреждения [Электронный ресурс] // URL: <https://tass.ru/ekonomika/20874657> (дата обращения: 13.03.2025).

² Продавцы просят ФАС проверить законность автоматических акций маркетплейсов [Электронный ресурс] // URL: https://new-retail.ru/novosti/retail/prodavtsy_prosyat_fas_proverit_zakonnost_avtomaticheskikh_aktsiy_marketpleysov/ (дата обращения: 13.03.2025).

³ См., в частности, предупреждение ФАС России №МШ/8868/25 от 4 февраля 2025 г. о прекращении действий (бездействия), которые содержат признаки нарушения антимонопольного законодательства [Электронный ресурс] // URL: <https://br.fas.gov.ru/ca/upravlenie-regulirovaniya-svyazi-i-informatsionnyh-tehnologiy/6ba61d6f-747a-4293-9e8d-81a31890245c/> (дата обращения: 18.03.2025); ФАС России выдала предупреждения Ozon и Wildberries [Электронный ресурс] // URL: <https://fas.gov.ru/news/33773> (дата обращения: 18.03.2025).

⁴ Лескова Ю.Г. Тенденции развития социальных функций саморегулируемых организаций в сфере строительства: проблемы законодательного регулирования // Юридический вестник Самарского университета. 2018. Том 4. № 3. С. 49.

власти¹. В условиях цифровой экономики, касающейся деятельности высокотехнологичных платформенных посредников, между публичным и частным интересом проходит тонкая грань: антиконкурентные действия владельца платформы в отношении одного пользователя, в силу сетевых эффектов и высокой взаимосвязанности сторон рынка, могут приводить к нарушению прав других хозяйствующих субъектов и неопределенного круга потребителей². Поэтому при решении вопроса о наличии нарушения интересов неопределенного круга лиц необходимо оценивать потенциальную возможность нарушения в целом прав потребителей как участников рынка (отдельных групп потребителей) с учетом характера допущенных соответствующим субъектом нарушений, наступивших последствий или последствий, которые могут наступить в будущем³.

Кроме изложенного, административный порядок защиты прав и законных интересов требует установления доминирующего положения владельца цифровой платформы на соответствующем товарном рынке в соответствии с Приказом №220.

Вместе с тем, ряд исследователей, в частности, В.А. Вайпан, М.А. Егорова, Д.А. Петров, В.Ф. Попондопуло, Д.М. Ашфа, высказывают идею о необходимости дальнейшего совершенствования установленных Приказом № 220 подходов к оценке состояния конкуренции с учетом цифровизации рыночных структур; обращают внимание на осложнение соответствующего анализа многосторонним характером цифровых рынков, наличием сетевых эффектов, последствия которых

¹ Федеральный закон от 02.05.2006 № 59-ФЗ «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации» // СЗ РФ. 08.05.2006. № 19. Ст. 2060; СЗ РФ. 2018. № 53 (часть I). Ст. 8454.

² В этом аспекте показательными являются действия владельца платформы YouTube, связанные с необоснованными, непрозрачными и непредсказуемыми блокировками аккаунтов пользователей на сервисе, признанные в 2022 г. ФАС России злоупотреблением доминирующим положением на рынке сервисов видеохостинга YouTube в том числе с учетом нарушения «универсального» публичного интереса. Ни правилами сообщества, ни иными внутренними правилами использования платформы не были предусмотрены понятные и исчерпывающие основания для блокировки каналов, что формировало простор для злоупотреблений платформы и угрозу ущемления прав неопределенного круга пользователей как на стороне потребителей контента, так и на стороне его поставщиков (см. подробнее: Решение ФАС России №П/14439/22 по делу № 11/01/10-12/2021 от 24 февраля 2022 г. [Электронный ресурс] // URL: <https://br.fas.gov.ru/ca/upravlenie-regulirovaniya-svyazi-i-informatsionnyh-tehnologiy/030a28e3-c8d9-4129-b4ba-26c5013d9457/> (дата обращения: 02.06.2024); Определение Арбитражного суда города Москвы от 18 декабря 2020 г. по делу № А40-155367/20 // URL: https://kad.arbitr.ru/Document/Pdf/29ad7bf5-7c56-4145-aff0-1f30d2856832/47e3bd32-958d-4c3b-8649-d354e52d2156/A40-155367-2020_20201218_Opredelenie.pdf?isAddStamp=True (дата обращения: 02.06.24)).

³ Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 04.03.2021 № 2 «О некоторых вопросах, возникающих в связи с применением судами антимонопольного законодательства» // Бюллетень Верховного Суда РФ. № 5. Май, 2021.

сложно рассчитать на базе стандартных инструментов антимонопольной аналитики, например с использованием теста гипотетического монополиста¹.

Действительно, с позиций установления доминирующего положения владельцев цифровых платформ сохраняется ряд дискуссионных аспектов:

1) во-первых, отсутствуют ясные, понятные и универсальные методики выявления сетевых эффектов, доступные для ознакомления владельцам цифровых платформ и адресованные последним, что осложняет процессы самостоятельного и инициативного предупреждения отрицательных последствий доминирования цифровым платформенным бизнесом. Например, достаточно неоднозначным является вопрос о «силе» сетевого эффекта, запускающего и подкрепляющего механизм доминирования: достаточно ли любого сетевого эффекта либо же он должен обладать свойствами продолжительной, систематической устойчивости и перманентного увеличения?

2) во-вторых, предложенный инструментарий для определения доминирования владельцев транзакционных цифровых платформ игнорирует «комплексные» рынки, участниками которых одновременно могут являться и владельцы цифровых транзакционных платформ, и простой, «линейный» бизнес. Яркий тому пример – рынок e-grocery, или рынок онлайн-продаж товаров повседневного спроса. Предпринимательскую деятельность на нем ведут не только платформенные компании-посредники (например, Купер, Маркет.Деливери и пр.), но и неплатформенные организации, работающие по линейной модели продаж, действующие как единственный продавец на своем сервисе (например, Интернет-магазины торговых сетей Перекресток, SPAR, ВкусВилл, Интернет-магазины производителей продуктов питания, например «Агрокомплекс» и др.)². Несмотря на то, что такие субъекты предпринимательской деятельности могут использовать разные бизнес-модели, они конкурируют за одну и ту же «когорту» потребителей

¹ См. подробнее: Вайпан В.А. Источники цифрового права // Вестник арбитражной практики. 2024. № 1. С. 3-29; Егорова М.А., Петров Д.А., Попондопуло В.Ф. Цифровая (платформенная) экономика в свете антимонопольного регулирования (сетевой эффект, цифровая платформа, запрет монополистической деятельности) // Конкурентное право. 2024. № 1. С. 2-5; Ашфа Д.М. Антиконтурентные практики на цифровых рынках и правовые способы их пресечения // Журнал российского права. 2024. № 4. С. 89-102.

² Отраслевой обзор. Рейтинги INFOLine E-grocery Russia TOP [Электронный ресурс] // URL: <https://infoline.spb.ru/upload/iblock/b90/b90a07daceb33b9548f0c5679a02b088.pdf> (дата обращения: 25.05.2023).

и партнеров (сборщиков и курьеров), без которых исполнение онлайн-сделок по доставке оформленных заказов будет практически невозможным. Поэтому дробление данного рынка для целей его анализа на две части, одна из которых будет связана с работой платформ-посредников, допускающей применение специальных стандартов установления доминирующего положения в порядке ст. 10.1 Закона о защите конкуренции, а другая относиться к иным, более «линейным» компаниям, доминирование которых определяется по общим правилам ст. 10 Закона о защите конкуренции, может стать искусственным, не принимающим во внимание реалии экономических отношений на данном рынке.

Что касается судебного порядка защиты прав и законных интересов от злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровых платформ, таковой предполагает, прежде всего, возможность подачи пользователями платформы в суд исков к владельцу цифровой платформы о взыскании убытков (ст. 15 ГК РФ), причиненных вследствие злоупотребления доминирующим положением, или неосновательного обогащения (ст. 1102 ГК РФ), полученного за счет злоупотребления доминированием на рынке.

При этом действующее процессуальное законодательство предусматривает возможности для направления исковых заявлений как в индивидуальной форме (защита прав и законных интересов отдельного заинтересованного лица) (ст. 4 АПК РФ, ст. 3 ГПК РФ), так и посредством предъявления исков в защиту прав и законных интересов группы лиц (группового иска) (ст. 225.16 АПК РФ, ст. 244.25 ГПК РФ).

Предъявление требований о взыскании убытков (ст. 15 ГК РФ) вследствие злоупотребления доминированием на товарном рынке, или о взыскании неосновательного обогащения (ст. 1102 ГК РФ), полученного за счет злоупотребления доминирующим положением, являются способами защиты прав и законных интересов заинтересованных лиц, наиболее характерными для отечественной правоприменительной практики в указанной сфере.

Например, известными являются судебные разбирательства, связанные со взысканием отдельными банками убытков с операторов связи, допустивших

«коллективное» злоупотребление доминирующим положением на рынке предоставления услуг смс-рассылок¹. С судебным иском к ООО «Яндекс» о взыскании убытков в виде упущенной выгоды в размере 268 млн рублей из-за недополученного потока клиентов онлайн и убытков в размере 59,8 млн рублей в виде расходов на дополнительную рекламу обращалось ООО «Кассир.ру Национальный билетный оператор»: по мнению истца, вследствие возможного злоупотребления ООО «Яндекс» доминирующим положением на рынке посредством использования платформенных технологий для продвижения собственных сервисов, компания претерпела значительные убытки, что и послужило основанием для обращения в суд за защитой нарушенных прав и законных интересов². Однако использование указанного способа защиты прав осложняется необходимостью доказывания размера понесенных убытков, наличия прямой причинно-следственной связи между убытками истца и злоупотреблением доминирующим положением на товарном рынке; помимо сказанного, факт нарушения антимонопольного законодательства, установленного антимонопольным органом, не влечет безусловной обязанности виновного лица возместить потерпевшему убытки³.

Интересное направление представляют споры о взыскании неосновательного обогащения вследствие злоупотребления доминирующим положением на товарном рынке. Несмотря на то, что ч. 3 ст. 37 Закона о защите конкуренции напрямую не предусматривает возможности применения указанного способа защиты прав и законных интересов, анализ правоприменительной практики в заявленной области свидетельствует об обратном.

На примере классических товарных рынков (рынок пассажирских перевозок и пр.), можно заметить, что отдельные участники рынка, пострадавшие от незаконных действий доминанта, инициируют вполне успешные иски против доминирующих хозяйствующих субъектов. В 2022 г. ООО «Бекар-Эксплуатация»

¹ Подробнее обстоятельства споров изложены в параграфе §3 настоящей главы диссертационного исследования.

² Постановление Арбитражного суда Московского округа от 03.10.2023 № Ф05-20031/2023 по делу № А40-231426/2022 [Электронный ресурс] // URL: <https://kad.arbitr.ru/Card/8d4ca979-b883-4c39-a853-8690f2dde996> (дата обращения: 17.03.2025).

³ Там же.

с АО «ФПК» успешно взыскано неосновательное обогащение в размере 1,8 млн рублей, поскольку по условиям договора присоединения ответчик получал возможность на взимание неустойки, явно несоразмерной последствиям нарушения обязательств (истец не имел возможности влиять на определение условий о размере договорной неустойки, и часть уплаченной истцом неустойки была обусловлена злоупотреблением заказчиком своим доминирующим положением на рынке пассажирских перевозок)¹. В 2016 г. ООО «Санаторий «Минеральные Воды-2» успешно взыскало с поставщика минеральной воды неосновательное обогащение в размере 614 675,71 руб. в качестве переплаты по договору: поставщик злоупотребил доминирующим положением на рынке добычи и оптовой реализации минеральной воды скважины № 72 Змейкинского месторождения путем поддержания монопольно высокой цены на минеральную воду (увеличение на 37 %), что привело к необоснованной переплате по договору поставки данного товара на стороне санатория².

Представляется, что, по аналогии с классическими товарными рынками, предъявление требований о взыскании неосновательного обогащения может иметь место и в отношении владельцев цифровых платформ, особенно в случаях совершения договорных злоупотреблений доминирующим положением с использованием цифровой платформы (например, путем начисления продавцам товаров (работ, услуг) штрафных неустоек, не предусмотренных соглашением сторон). В настоящее время уже складывается практика рассмотрения арбитражными судами самостоятельных гражданско-правовых споров о взыскании продавцами товаров неосновательного обогащения с владельцев маркетплейсов, начисляющих необоснованные штрафы при работе с платформой; соответствующая практика со временем может получить новый виток развития при

¹ Постановление Арбитражного суда Московского округа от 24.05.2022 N Ф05-10412/2022 по делу № А40-131443/2021 [Электронный ресурс] // URL: <https://kad.arbitr.ru/Card/78869dff-efe5-4d47-a932-acf762bc61ff> (дата обращения: 17.03.2025).

² Постановление Арбитражного суда Северо-Кавказского округа от 23.08.2016 № Ф08-5075/2016 по делу № А63-13153/2015 // URL: <https://kad.arbitr.ru/Card/88a0eb66-ba99-421e-8fe6-fb789dbf9e16> (дата обращения: 17.03.2025).

взыскании неосновательного обогащения, полученного за счет нарушения антимонопольного законодательства¹.

Вместе с тем, поскольку пользователи цифровой платформы, особенно непрофессиональные потребители, как правило, не обладают переговорными возможностями, переговорной силой при вступлении в договорные правоотношения с владельцем цифровой платформы, доминирующим на рынке, актуальным направлением в аспекте «уравновешивания» рыночной силы доминанта становится защита прав и законных интересов пользователей цифровой платформы в коллективной форме, посредством предъявления к владельцу цифровой платформы групповых исков, например, о взыскании убытков или неосновательного обогащения вследствие злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровой платформы, об обязанности владельца цифровой платформы внести изменения в условия пользовательских и иных соглашений. Следует согласиться с В.Г. Домшенко в том, что «потребность в антимонопольных групповых исках сохраняет (если не сказать – увеличивает) свою актуальность»². «Будет несомненным плюсом, если институт групповых исков...будет эффективно способствовать пресечению антиконкурентного поведения» – отмечает В.Г. Истомин, рассматривая возможности использования данного инструмента в рамках отечественной юрисдикции³.

Действительно, преимуществом использования групповых исков становится объединение коллективных усилий пользователей платформы для защиты своих прав и законных интересов: это создает предпосылки для появления переговорной

¹ Например, в 2023 г. ИП Шафрановская Н.С., являясь продавцом товаров на платформе Wildberries, взыскала с ООО «Вайлдберриз» сумму необоснованно начисленных штрафов в размере 153 719 руб. 05 коп. В решении по делу суд указал, что ни в одном документе владельца платформы не был установлен такой вид прочего удержания, как «штраф за занижение фактических габаритов упаковки товара», не был указан порядок начисления и расчета штрафов, удерживаемых с продавца; ООО «Вайлдберриз» не сообщал, какие именно допущены нарушения при описании габаритов упаковки товара, какого артикула, не предоставив возможности продавцу дать пояснения или добровольно исправить неточности, чем нарушило баланс интересов сторон (см. подробнее: Решение Арбитражного суда Московской области от 13.06.2023 по делу № А41-25977/2023 [Электронный ресурс] // URL: <https://kad.arbitr.ru/Card/f63a706d-a0eb-4b21-90fb-cbee4dc6d380> (дата обращения: 17.03.2025).

² Домшенко В.Г. Групповые иски о взыскании убытков в связи с антимонопольными правонарушениями / в монографии Групповые иски : сложности и перспективы : [коллективная монография] / В.В. Ярков, Е.В. Кудрявцева, Ю.В. Тай [и др.]; под ред. В.Г. Домшенко. – Москва: Статут, 2025. С. 177.

³ Истомин В.Г. Групповые иски по делам о защите конкуренции в США и Великобритании и перспективы их развития в России // Актуальные проблемы российского права. 2022. Т. 17. № 9 (142). С. 185.

силы на стороне более слабой стороны договорного правоотношения, одновременного достижения целей защиты частных интересов отдельных лиц и конкуренции в целом. Под давлением групповых исков и общественного резонанса, который сопутствует подаче таковых, владельцы цифровых платформ могут пересматривать дискриминационные условия использования цифровой платформы в пользу интересов всех участников товарного рынка в целом.

Инструменты коллективных (групповых) исков активно используются отдельными группами пользователей цифровых платформ за рубежом в вопросах противостояния цифровым платформенным компаниям, в том числе в связи со злоупотреблением доминирующим положением на рынке.

Одним из наиболее ярких примеров является дело *Apple Inc. v. Pepper* (2019). Группа пользователей (владельцы мобильных устройств на базе операционной системы iOS) обратилась в суд с коллективным антимонопольным иском к Apple Inc.: по мнению пользователей, Apple Inc. монополизировала рынок реализации мобильных приложений для устройств на базе операционной системы iOS, взимала необоснованно высокую комиссию при покупке мобильных приложений в размере 30 % от их стоимости, что привело к формированию убытков на стороне покупателей приложений. Верховный суд США встал на сторону истцов, признал компанию виновной в нарушении антимонопольного законодательства и подтвердил право данных пользователей на иск о взыскании убытков, причиненных антимонопольным правонарушением¹.

В 2022 г. в Великобритании более 35 тыс. продавцов товаров, использующих платформу Amazon, действующих через Независимую ассоциацию ритейлеров Великобритании (BIRA), инициировали коллективный иск против ее владельца с требованием о возмещении убытков в размере более 1 млрд фунтов стерлингов, причиненных антиконкурентными действиями компании. По мнению группы пользователей цифровой платформы (продавцов товаров), компания Amazon манипулировала рекомендательными алгоритмами сервиса при показе

¹ *Apple Inc. v. Pepper*, 587 U.S. (2019) [Электронный ресурс] // URL: <https://supreme.justia.com/cases/federal/us/587/17-204/> (дата обращения: 01.05.2024).

Интернет-страниц с определенными товарами посредством функционала «Buy Box» («теперь популярное предложение»), искусственно продвигая среди покупателей собственные товары и товары привилегированных продавцов, работающих с платформой по схеме «Fulfillment by Amazon» («FBA», предполагает полное сопровождение операций с упаковкой и логистикой товара до потребителя силами владельца Amazon за дополнительную плату); взимала высокую комиссию в размере 30% с продавцов при продаже товаров посредством платформы¹.

Представляется, что зарубежный опыт инициирования групповых исков против владельцев цифровых платформ, монополизирующих товарные рынки, может быть использован для изучения особенностей защиты коллективных интересов пользователей цифровых платформ от незаконных действий платформенного бизнеса, практической реализации заложенных в отечественное процессуальное законодательство инструментов подачи исков в защиту прав и законных интересов группы лиц (групповых исков). В соответствии с п. 65 постановления Пленума Верховного Суда РФ от 04.03.2021 № 2 «О некоторых вопросах, возникающих в связи с применением судами антимонопольного законодательства», иски о восстановлении прав, нарушенных в сфере защиты конкуренции, в том числе иски о возмещении убытков, могут рассматриваться судами по правилам о защите прав и интересов группы лиц². Сказанное подтверждает возможность использования инструментов групповых исков (ст. 225.16 АПК РФ, ст. 244.25 ГПК РФ) в рассматриваемой сфере по российскому правопорядку и формирует актуальное направление для развития судебной практики в области защиты прав и законных интересов от злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровой платформы.

Вывод: Защита прав и законных интересов пользователей цифровой платформы от злоупотребления ее владельцем доминирующим положением на

¹ Independent UK retailers claim £1bn damages against Amazon [электронный ресурс] // URL: <https://www.theguardian.com/technology/article/2024/jun/07/independent-uk-retailers-claim-1bn-damages-against-amazon> (дата обращения: 18.03.2025).

² Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 04.03.2021 № 2 «О некоторых вопросах, возникающих в связи с применением судами антимонопольного законодательства» // Бюллетень Верховного Суда РФ. № 5. Май. 2021.

рынке осуществляется в следующих формах: 1) индивидуальная защита прав и законных интересов хозяйствующего субъекта – пользователя цифровой платформы (включая его группу лиц), выступающих в качестве продавца, либо покупателя (потребителя), нарушенных в результате ограничения конкуренции на рынке, осуществляемая путем: а) рассмотрения антимонопольным органом заявления хозяйствующего субъекта- конкурента либо пользователя цифровой платформы по факту данного правонарушения; б) рассмотрения судом иска хозяйствующего субъекта - пользователя цифровой платформы о взыскании убытков, причиненных злоупотреблением доминирующим положением либо неосновательного обогащения; 2) защита коллективных (групповых) интересов пользователей цифровой платформы (включая группу лиц каждого из них) путем: а) рассмотрения антимонопольным органом коллективного заявления группы пользователей (продавцов либо покупателей, потребителей), либо рассмотрения антимонопольным органом заявления от некоммерческой организации соответствующей группы пользователей цифровой платформы (включая организации по защите прав потребителей), поданное в защиту интересов неопределенного круга пользователей (потребителей), нарушенных в результате ограничения конкуренции на рынке, б) рассмотрения судом группового иска пользователей цифровой платформы о взыскании убытков либо неосновательного обогащения от злоупотребления доминирующим положением либо иска уполномоченного органа (организации) в защиту неопределенного круга потребителей.

При этом защита конкурентных отношений от злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровых платформ осуществляется посредством реализации следующих мер: 1) направления антимонопольным органом владельцу цифровой платформы (его группе лиц) предупреждения о прекращении действий (бездействия), в виде злоупотребления доминирующим положением с требованием: а) о внесении изменений в оферту или в соглашение с пользователями цифровой платформы; б) об установлении недискриминационных условий доступа к возможностям использования цифровой

платформы пользователями; 2) возбуждения антимонопольным органом дела по признакам злоупотребления доминирующим положением владельцем цифровых платформ: а) с вынесением решения о признании действий (бездействия) антимонопольным правонарушением в виде злоупотребления доминирующим положением; б) с выдачей предписания о внесении изменений в оферту или соглашение с пользователями цифровых платформ; об установлении недискриминационных условий доступа к возможностям использования цифровой платформы пользователями; в) с выдачей предписания о перечислении в федеральный бюджет дохода, полученного от монополистической деятельности в виде злоупотребления доминирующим положением (относимого к антимонопольной ответственности); 3) возбуждения административного дела по признакам злоупотребления доминирующим положением владельцем цифровой платформы с привлечением владельца цифровой платформы к юридической ответственности в виде фиксированного или оборотного штрафа, а также применения иных предусмотренных законом санкций.

В свою очередь, защита прав и законных интересов хозяйствующих субъектов – пользователей цифровой платформы (продавцов), а также покупателей (потребителей) осуществляется следующими правовыми способами: 1) административным – посредством направления в антимонопольный орган заявления о нарушении владельцем цифровой платформы антимонопольного законодательства в виде злоупотребления доминирующим положением, что является основанием для применения специальных способов защиты конкуренции и привлечения к юридической ответственности владельца цифровой платформы (его группы лиц); 2) судебным – путем подачи в суд исков о взыскании убытков, неосновательного обогащения вследствие злоупотребления владельцем платформы доминирующим положением на рынке.

§2 Ответственность за злоупотребление доминирующим положением с использованием цифровых платформ

Вызовы цифровизации и рост цифровых платформ, действующих в коммерческом обороте, обостряют вопросы достаточности и эффективности существующих мер государственного принуждения за нарушение антимонопольных запретов, в том числе запретов злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровых платформенных структур. И, хотя юридическая ответственность является общеправовой категорией, проблематика в указанной области становится особенно актуальной применительно к адаптации антимонопольного инструментария к текущим социально-экономическим реалиям.

Известно, что доктринальные подходы к определению понятия юридической ответственности вполне многообразны и раскрывают различные аспекты поставленной категории, подчеркивая ее сложносоставную природу.

Н.И. Матузов, А.В. Малько, рассуждая о том, что юридическая ответственность являет собой «наиболее строгий и формализованный вид социальной ответственности», предлагают определять ее как «необходимость для виновного лица подвергнуться мерам государственного воздействия, претерпеть определенные отрицательные последствия; или как вид и меру принудительного лишения лица известных благ...В любом случае – это вид реагирования государства на правонарушение»¹.

Расширяя приведенное определение, Л.А. Морозова также развивает идею о том, что юридическая ответственность связана с обязанностью правонарушителя претерпеть определенные негативные последствия за совершенное деяние и, будучи наказанием за правонарушение, сводится к реализации санкции,

¹ Матузов Н.И., Малько А.В. Теория государства и права: Учебник. – М.: Издательство «Юрист», 2004. С. 215.

включенной в норму права. В дополнение к этому, Л.А. Морозова приводит ряд иных признаков, отличающих данную категорию: 1) существование в рамках охранительного правоотношения, где одной из сторон является государство в лице уполномоченных органов; 2) связанность с государственным принуждением; 3) наличие вины как условия для ее наступления; 4) публичный характер; 5) основанием может быть только совершение правонарушения; 6) как юридически значимая деятельность всегда осуществляется в процессуальной форме¹.

Аналогичным образом, по указанию С.С. Алексеева, юридическая ответственность сводится к необходимости претерпеть меры государственно-принудительного воздействия за допущенное правонарушение, чаще всего в виде штрафных санкций, и содержит системообразующий элемент «претерпевания»². О похожих конститутивных признаках юридической ответственности пишет Н.В. Витрук, для которого правовая (юридическая) ответственность есть «осознание субъектом необходимости исполнения требований правовых норм, а также наступление негативных последствий за их неисполнение»³.

Классик отечественной цивилистической мысли, О.С. Иоффе, при исследовании данной тематики, также предлагал понимать ответственность в качестве санкции за правонарушение, сущность которой сводится к применению мер государственного принуждения к правонарушителю и которая обладает «огромной воспитательной и убеждающей силой»⁴. На прямую связь между санкцией и юридической ответственностью обращает внимание О.Э. Лейст, поскольку без санкции не может быть и ответственности⁵.

Вышеприведенный взгляд относительно природы юридической ответственности применим и к сфере антимонопольного регулирования.

¹ Морозова Л.А. Теория государства и права: учебник / Л.А. Морозова. – 6-е изд., перераб. и доп. – Москва: Норма: ИНФРА-М, 2024. С. 395.

² Алексеев С.С. Собрание сочинений. В 10 Т. [+Справоч. том]. Том 3: Проблемы теории права: Курс лекций. – М. Статут, 2010. С. 367.

³ Витрук Н.В. Общая теория юридической ответственности: монография / Н.В. Витрук. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Норма: ИНФРА-М, 2023. С. 16.

⁴ Иоффе О.С. Ответственность по советскому гражданскому праву: автореф. дис. на соиск. учен. степ. доктора юрид. наук / Иоффе Олимпиад Соломонович – ; Ленинградский государственный университет им. А.А. Жданова. – Л., 1954. С. 4.

⁵ Лейст О.Э. Санкции и ответственность по советскому праву (теоретические проблемы). М., Изд-во МГУ, 1981. С. 97.

Представляется, что юридическая ответственность за совершение антимонопольных нарушений, в том числе в форме злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровых платформ, сводится к применению мер государственного принуждения за нарушение установленных антимонопольным законодательством запретов и необходимости для нарушителя претерпеть определенные неблагоприятные последствия с целью восстановления конкуренции на товарном рынке. При этом не всегда санкции, составляющие ядро юридической ответственности в данном случае, являются имущественными в непосредственном смысле этого слова (например, выдача предписания об изменении условий оферты, устанавливающих требование обеспечения паритета номеров на сайте агрегатора и собственном Интернет-ресурсе гостиницы)¹.

Так, общей нормой ст. 37 Закона о защите конкуренции установлено, что за нарушение антимонопольного законодательства коммерческие и некоммерческие организации и их должностные лица, физические лица, в том числе индивидуальные предприниматели, несут ответственность, предусмотренную законодательством Российской Федерации.

Данным нормативным положением устанавливается отправной императив, определяющий сам факт наказуемости деяний, совершаемых в противоречии с регуляторными требованиями в области охраны и защиты конкуренции. Вместе с тем, набор возможных мер государственного принуждения, применяемых к правонарушителям, зависит от вида допущенного антимонопольного нарушения. В случае со злоупотреблением доминирующим положением на товарном рынке с использованием цифровых платформ, речь идет только о таких видах ответственности, как гражданско-правовая, административная и антимонопольная. Что касается уголовно-правовой ответственности, она предусмотрена исключительно для случаев заключения горизонтальных антиконкурентных соглашений (картелей) и в настоящее время в сфере злоупотреблений доминированием не применяется.

¹ Предписание ФАС России № АД/115763/20 по делу № 11/01/10-41/2019 в отношении Booking.com от 29 декабря 2020 г. [Электронный ресурс] // URL: <https://br.fas.gov.ru/ca/upravlenie-regulirovaniya-svyazi-i-informatsionnyh-tehnologiy/84e7607f-8d6d-4d98-b479-bb2741d632cc/> (дата обращения: 15.05.2024).

По указанию В.А. Тархова, гражданско-правовая ответственность «имеет, прежде всего, предупредительно-воспитательное значение для хозяйственной дисциплины»¹. Данный вид ответственности, по мнению исследователя, с одной стороны, имеет восстановительную функцию, устремленную к реабилитации имущественного положения лица, пострадавшего от нарушения, за счет переноса имущественных потерь на нарушителя, с другой стороны, включает и воспитательный элемент предупреждения нарушений через воздействие на сознание граждан с целью добровольного и полного исполнения возложенных на них правовых обязанностей².

Для наступления гражданско-правовой ответственности необходим ряд условий, к числу которых, по мнению В.П. Грибанова, традиционно относятся: а) наличие прав и обязанностей, за нарушение которых возможно привлечение к ответственности гражданско-правового характера; б) противоправность деяния; в) наличие вреда или убытков, причиненных противоправным поведением правонарушителя; г) наличие причинно-следственной связи между противоправным поведением правонарушителя и наступившими вредоносными последствиями; д) наличие вины правонарушителя³.

При этом относительно действия последнего критерия, применительно к субъектам предпринимательской деятельности, используется дифференцированный подход: по общему правилу, для целей привлечения таких лиц к договорной гражданско-правовой ответственности, с учетом положений п.3 ст. 401 ГК РФ, установление виновности не требуется. Что касается внедоговорной гражданско-правовой ответственности, исключение критерия виновности, в том числе для предпринимателей, может иметь место только для случаев оперирования источником повышенной опасности (ст. 1079 ГК РФ) и в отношении иных обстоятельств, как правило, не предусмотрено.

¹ Тархов В. А. Гражданское право. Общая часть. Курс лекций, г. Чебоксары: Чув. кн. изд-во, 1997. С. 282.

² Там же. С. 283.

³ Грибанов В.П. Осуществление и защита гражданских прав. – 2-е изд. – Москва: Статут, 2020. (Классика российской цивилистики.). С. 320.

Поскольку правонарушения, образующее злоупотребление доминирующим положением на товарном рынке с использованием цифровых платформ, могут совершаться как в договорной, так и во внедоговорной форме, решение вопроса о виде гражданско-правовой ответственности и применимых стандартах ее доказывания лежит именно в данной плоскости. Если поведение нарушителя антимонопольных и гражданско-правовых запретов реализуется посредством договорных форм, например, путем заключения соглашения между владельцем маркетплейса и продавцом, для целей стабилизации имущественного оборота, в силу п. 3 ст. 401 ГК РФ, допустимо применение стандартов «повышенной ответственности» субъектов предпринимательской деятельности, не требующих установления их вины. В случаях, когда в качестве инструмента правонарушения не используется договор как таковой, будь то стратегии «самопредпочтения», реализуемые владельцем платформенного сервиса, или программно-технические ограничения в рамках антиконкурентной стратегии связывания, правильнее говорить о гражданско-правовой ответственности деликтного типа, не отменяющей требования по установлению вины правонарушителя.

Несмотря на фундаментальное значение гражданско-правовой ответственности для «реабилитации» и стабилизации деформированных вследствие нарушений участков имущественного оборота, которые могут появиться, в том числе вследствие искажения свободной и добросовестной конкуренции, данный вид юридической ответственности в отечественной антимонопольной среде широкого распространения не получил.

Среди основной проблематики, обуславливающей факторы низкой популярности средств гражданско-правовой защиты от антимонопольных нарушений, исследователи обозначают такие аспекты, как:

- а) сложность расчета и доказывания размера причиненных хозяйствующим субъектом убытков;
- б) неразвитость релевантных для таких случаев процессуальных средств защиты, в частности, института групповых и коллективных исков;

в) применение солидарной ответственности только в качестве способа обязательственной защиты;

г) неравенство спорящих сторон [прим. – с позиций экономической мощи]¹.

В связи с этим, например Егоровой М.А., предлагается использование модели компенсации, взыскиваемой за нарушение исключительных прав, также и в качестве гражданско-правового способа защиты от нарушений в сфере конкуренции, поскольку в данном случае применяется «облегченный» стандарт доказывания, в отличие от убытков, где обоснование размера требуемой к взысканию суммы является обязательным².

Действительно, анализ правоприменительной практики по крупнейшим в России антимонопольным спорам против владельцев цифровых платформ (например, против компаний Booking.com, Google Inc., HeadHunter) показывает, что пострадавшие от монополистической деятельности владельца цифровой платформы пользователи редко используют гражданско-правовые способы защиты нарушенных прав и законных интересов, в том числе в виде взыскания убытков³.

¹ На вышеприведенные проблемные вопросы «экспликации» гражданско-правовой ответственности в сферу антимонопольного регулирования указывают, в частности, С.А. Пузыревский, Д.А. Гаврилов, А.В. Молчанов, Р.М. Лобанов, И.В. Башлаков-Николаев, М.А. Егорова, А.В. Добровинская и др. (см. подробнее: Исключительные права не должны давать никаких преимуществ при обращении товаров [Интервью с С.А. Пузыревским] // Вестник Арбитражного суда Московского округа. 2015. № 3. С. 4-16; Гаврилов Д.А. Некоторые вопросы взыскания убытков вследствие нарушения антимонопольного законодательства: текущая практика и перспективы с учетом зарубежного опыта // Вестник Арбитражного суда Московского округа. 2015. № 3. С. 19-27; Молчанов А.В., Лобанов Р.М. Возмещение убытков, причиненных нарушением антимонопольного законодательства // Журнал предпринимательского и корпоративного права. 2018. № 4. С. 42-47; Лобанов Р.М. Шаг вперед, два шага назад в вопросах защиты группы лиц в российском праве // Юрист. 2019. № 6. С. 59-62; Башлаков-Николаев И.В. Гражданско-правовая ответственность в сфере защиты конкуренции. Система частных и групповых исков // Законы России: опыт, анализ, практика. 2013. № 7. С. 75-82; Егорова М.А. Особенности зарубежного опыта применения солидарной ответственности при коллективном нарушении антимонопольного законодательства // Предпринимательское право. 2024. № 1. С. 25-27; Добровинская А.В. О мерах гражданско-правовой ответственности за нарушение законодательства о защите конкуренции // Журнал предпринимательского и корпоративного права. 2019. № 3. С. 54-59.

² Егорова М.А. Компенсация как альтернативная мера возмещения убытков, возникших в результате нарушения антимонопольного законодательства // Юрист. 2015. № 1. С. 13.

³ Решение ФАС России №АД/115711-ДСП/20 по делу № 11/01/10-41/2019 от 29 декабря 2020 г. (дело Booking.com) [Электронный ресурс] // URL: <https://br.fas.gov.ru/ca/upravlenie-regulirovaniya-svyazi-i-informatsionnyh-tehnologiy/cdf15018-ef29-40e8-acbd-d39edc8aee39/> (дата обращения: 31.05.2024); Решение и предписание ФАС России №АД/54066/15 по делу № 1-14-21/00-11-15 от 5 октября 2015 г. (дело Яндекс против Google Inc.) [Электронный ресурс] // URL: <https://br.fas.gov.ru/ca/upravlenie-regulirovaniya-svyazi-i-informatsionnyh-tehnologiy/ad-54066-15/> (дата обращения: 31.05.2024); Решение ФАС России №АГ/4087/20 по делу № 11/01/10-9/2019 (xx) от 23 января 2020 г. (дело Хэдхантер) [Электронный ресурс] // URL: <https://br.fas.gov.ru/ca/upravlenie-regulirovaniya-svyazi-i-informatsionnyh-tehnologiy/8e4961ce-3f9c-4b37-9f4b-b2804deec88/> (дата обращения: 31.05.2024).

Но показательными в этом отношении становятся примеры из смежной информационно-технологической сферы – области оказания услуг связи (предоставления услуг смс-рассылки).

Так, после признания в 2019 г. «Большой четверки» операторов связи (ПАО «ВымпелКом», ПАО «МегаФон», ПАО «МТС», ООО «Т2 Мобайл») коллективными доминантами на рынке услуг рассылки смс-сообщений по сетям подвижной радиотелефонной связи на территории РФ, против некоторых из них последовала серия гражданско-правовых исков с требованием взыскания убытков, причиненных антимонопольными нарушениями¹.

В частности, инициаторами судебных разбирательств стали отдельные банковские организации, пострадавшие от действий телеком-компаний. Суть заявленных требований и принятые судами решения по искам сводились к следующему:

1) иск АО «ИНВЕСТТОРГБАНК» к ПАО «МТС» о взыскании убытков в сумме 2,6 млн рублей. В удовлетворении исковых требований отказано, поскольку истцом не доказан факт несения убытков, в частности, не подтверждены расходы на услуги смс-рассылки в адрес абонентов оператора связи²;

2) иск ПАО «СОВКОМБАНК» к ООО «Т2 МОБАЙЛ» о взыскании убытков в размере 136,9 млн рублей. В удовлетворении исковых требований отказано, поскольку отсутствуют основания для взыскания убытков за период, применительно к которому антимонопольным органом не было установлено доминирующее положение компании, и истцом не доказаны условия для взыскания упущенной выгоды³;

¹ Важно отметить, что временной интервал анализа состояния конкуренции на соответствующем рынке, проведенный антимонопольным органом по данному делу, охватывал только 2017 г. (см. подробнее: Решение ФАС России №АГ/1-10-119/00-11-18 по делу №1-10-119/00-11-18 ПАО «МТС» от 6 июня 2019 г. [Электронный ресурс] // URL: <https://br.fas.gov.ru/ca/upravlenie-regulirovaniya-svyazi-i-informatsionnyh-tehnologiy/8a65d7b2-b645-4323-8788-6709551ad1cb/> (дата обращения: 31.05.2024)).

² Постановление Девятого арбитражного апелляционного суда от 13.04.2022 № 09АП-15723/2022-ГК по делу № А40-152916/2021 [Электронный ресурс] // URL: <https://kad.arbitr.ru/Card/0070877a-2112-4925-b264-3c37cb530292> (дата обращения: 31.05.2024).

³ Решение Арбитражного суда г. Москвы от 27.12.2021 по делу № А40-122521/2021 [Электронный ресурс] // URL: <https://kad.arbitr.ru/Card/a90596a2-3740-4dcc-a73b-45df9f29ad2e> (дата обращения: 31.05.2024).

3) иск ПАО «ТРАНСКАПИТАЛБАНК» к ПАО «МТС» о взыскании убытков в размере 14 млн рублей. В удовлетворении исковых требований отказано, потому что истцом не доказано доминирующее положение ответчика на товарном рынке в период, относительно которого заявлено требование о взыскании убытков (в соответствующий временной промежуток доминирование не подтверждено данными анализа рынка со стороны ФАС России)¹;

4) иск АО «ТИНЬКОФФ БАНК» к ПАО «МТС» о взыскании убытков в размере 1 млрд рублей и процентов по ст. 395 ГК РФ в размере 96 млн рублей. В удовлетворении исковых требований отказано, поскольку истцом не доказано доминирующее положение ответчика на товарном рынке в период, применительно к которому заявлено требование о взыскании убытков вследствие злоупотребления доминирующим положением на рынке. При оценке Аналитического отчета ФАС России судом отмечено, что в исследовании нет данных о являющемся характере антимонопольного нарушения и о том, что анализ рынка проводился перспективно, на будущее время²;

5) иск ПАО «СОВКОМБАНК» к ПАО «МТС» о взыскании убытков за период с марта 2018 г. по октябрь 2020 г. в размере 366,7 млн рублей, из которых 340 млн рублей – реальный ущерб, 26,5 млн рублей – упущенная выгода. В удовлетворении исковых требований отказано, поскольку истцом не доказано доминирующее положение ответчика на товарном рынке в период, применительно к которому заявлено требование о взыскании убытков. Временной интервал возможного причинения убытков ограничен 2017 г., поскольку монополично высокая цена считается безусловно установленной только на период 2017 г., а основания для взыскания убытков за 2018-2020 гг. отсутствуют, так как факт нарушения антимонопольного законодательства в указанный период антимонопольным органом не установлен³.

¹ Решение Арбитражного суда г. Москвы от 29.12.2021 по делу № А40-152907/2 [Электронный ресурс] // URL: <https://kad.arbitr.ru/Card/32849f82-2288-447a-9834-cf3fa0a96673> (дата обращения: 31.05.2024).

² Решение Арбитражного суда г. Москвы от 28.12.2021 по делу № А40-63512/21 [Электронный ресурс] // URL: <https://kad.arbitr.ru/Card/8c4c9ca3-b884-4bc6-bb4b-58f07d7b9ab5> (дата обращения: 31.05.2024).

³ Решение Арбитражного суда г. Москвы от 15.12.2021 по делу № А40-138270/21 [Электронный ресурс] // URL: <https://kad.arbitr.ru/Card/c0c281cd-3ee5-4657-ae82-69110f4e44a6> (дата обращения: 31.05.2024).

При анализе приведенных примеров на себя обращают внимание как минимум два элемента проблематики, связанной со взысканием убытков, причиненных хозяйствующим субъектом, доминирующим на товарном рынке:

а) трудность в обосновании суммы понесенных убытков и доказывании факта несения таковых¹;

б) возможность взыскания убытков только применительно к периоду, в котором антимонопольным органом установлено доминирующее положение хозяйствующего субъекта; предъявление требований о взыскании убытков за пределами указанного срока становится самостоятельной причиной для отказа в удовлетворении исковых требований (по аналогии с примерами на иных технологичных рынках)².

Если для решения сложностей с расчетом размера убытков, понесенных пострадавшей от антимонопольного нарушения стороной, ФАС России в 2017 г. разработаны и имплементированы в практику правоприменения специальные разъяснения, то относительно доказательственной силы экономического анализа рынка, заложенного в основу принятых антимонопольным ведомством решений, действует фактически непреодолимая для заявителей презумпция³. Если поведение лица с формальными признаками злоупотребления доминирующим положением продолжает воплощаться также за рамками временного отрезка, где доминирование и факт злоупотребления таковым были подтверждены ФАС России, без подкрепления соответствующих исковых требований релевантными данными анализа товарного рынка, охватывающего весь актуальный для оценки и подтверждения убытков промежуток времени, шансы выиграть гражданско-правовой спор и привлечь доминирующего на рынке

¹ ФАС России также обращает внимание на сложности в определении размера убытков, причиненных вследствие злоупотребления доминирующим положением на товарном рынке (см. подробнее: Разъяснение Президиума ФАС России от 11.10.2017 № 11 «По определению размера убытков, причиненных в результате нарушения антимонопольного законодательства» // СПС КонсультантПлюс).

² См. подробнее. §3 настоящей главы.

³ См. подробнее: Разъяснение Президиума ФАС России от 11.10.2017 № 11 «По определению размера убытков, причиненных в результате нарушения антимонопольного законодательства» [Электронный ресурс] // URL: <https://fas.gov.ru/documents/587995> (дата обращения: 31.05.2024).

хозяйствующего субъекта к гражданско-правовой ответственности являются крайне низкими.

Несмотря на то, что в соответствии с основными положениями процессуального права, никакие доказательства не имеют заранее установленной для суда силы (ст. 71 АПК РФ, ст. 67 ГПК РФ, ст. 84 КАС РФ), доказать факт доминирования на товарном рынке и злоупотребления таковым с целью взыскания убытков без анализа рынка антимонопольным органом, невозможно просто потому, что сама по себе квалификация поведения хозяйствующего субъекта в форме антимонопольного правонарушения – злоупотребления доминирующим положением на товарном рынке – требует обязательного и предшествующего тому анализа состояния конкуренции на рынке для определения факта доминирования лица на нем¹.

Однако антимонопольное расследование, в рамках которого возможно подтверждение такого нарушения основ добросовестной конкуренции, и сбор доказательственной базы для его проведения могут быть достаточно продолжительными во времени, например, проходить в течение года и более. Вместе с этим, для иных хозяйствующих субъектов, потребителей, формирование необходимости оперативного восстановления имущественного положения, искаженного поведением потенциального нарушителя, начинается гораздо раньше, чем появляются первые результаты антимонопольного разбирательства.

Представляется, что в таких случаях, при взыскании убытков, допустимо и целесообразно отталкиваться не только от подтвержденной антимонопольным органом квалификации действий (бездействий) хозяйствующего субъекта в качестве злоупотребления доминирующим положением как антимонопольного правонарушения с привлечением лица к административной ответственности в порядке ст. 14.31 КоАП РФ, но и прибегать к альтернативному инструментарию частноправовой природы: к самостоятельной квалификации поведения лица в

¹ Арбитражный процессуальный кодекс Российской Федерации от 24.07.2002 N 95-ФЗ // СЗ РФ. 29.07.2002. № 30. Ст. 3012; СЗ РФ. 03.06.2024. № 23 (часть I). Ст. 3045; Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации от 14.11.2002 № 138-ФЗ // СЗ РФ. 18.11.2002. № 46. Ст. 4532; СЗ РФ. 08.04.2024. № 15. Ст. 1967; Кодекс административного судопроизводства Российской Федерации от 08.03.2015 N 21-ФЗ // СЗ РФ. 09.03.2015. № 10. Ст. 1391; СЗ РФ. 08.04.2024. № 15. Ст. 1967.

качестве злоупотребления правом как гражданско-правового нарушения, где для пострадавшей стороны законом напрямую предусмотрена возможность взыскания убытков при наличии последних (п. 5 ст. 10 ГК РФ).

В случаях, когда нарушение является длящимся и выходит за временные рамки исследования рынка, ранее проведенного ФАС России, такой подход позволит использовать более облегченные стандарты доказывания факта причинения убытков, в частности, не потребует предоставления актуальных данных анализа состояния конкуренции на спорном товарном рынке за весь период несения убытков в обоснование их претерпевания и позволит инициировать спор в защиту нарушенных прав и законных интересов раньше, чем закончится антимонопольное разбирательство.

При такой конфигурации также можно рассматривать возможность предъявления к владельцу цифровой платформы самостоятельного иска о взыскании неосновательного обогащения, не связанных с подтвержденным на основании решения антимонопольного органа фактом злоупотребления доминирующим положением на товарном рынке. Например, в судебной практике встречаются разбирательства по искам продавцов товаров (работ, услуг) о взыскании неосновательного обогащения с владельца цифровой платформы, полученного последним за счет необоснованного начисления и удержания штрафов (например, штрафов за несоблюдение габаритов упаковки товара, о действии которых продавец не был заранее проинформирован)¹.

Впрочем, даже с учетом соответствующих предложений, применительно к борьбе с антимонопольными нарушениями указанного вида наиболее эффективным и популярным остается механизм административно-правовой ответственности.

¹ См. подробнее: Решение Арбитражного суда Московской области от 30.01.2025 по делу № А41-82468/2024 [Электронный ресурс] // URL: <https://kad.arbitr.ru/Card/58fb1a4e-8f05-4651-a156-da3727e98bee> (дата обращения: 17.03.2025); Решение Арбитражного суда Московской области от 27.12.2024 по делу № А41-91974/2024 [Электронный ресурс] // URL: <https://kad.arbitr.ru/Card/3a1f4a9c-e6ae-4f38-bafd-54945abd73ae> (дата обращения: 17.03.2025); Решение Арбитражного суда Московской области от 04.12.2023 по делу № А41-84317/2023 [Электронный ресурс] // URL: <https://kad.arbitr.ru/Card/db163d15-99a7-41bc-9229-1a1750a5f184> (дата обращения: 17.03.2025).

В соответствии со ст. 14.31 КоАП РФ, злоупотребление доминирующим положением на товарном рынке признается административно-правовым нарушением, за совершение которого предусмотрены санкции вплоть до оборотных штрафов, рассчитываемых исходя из выручки правонарушителя на рынке, где было допущено нарушение¹.

Анализ антимонопольных дел против владельцев цифровых платформ в России позволяет утверждать, что принятие мер административной ответственности в виде оборотных штрафов за злоупотребление доминирующим положением на цифровых рынках – отнюдь не редкость². Например, за злоупотребление доминирующим положением на рынке сервисов видеохостинга YouTube антимонопольная служба наложила на Google LLC оборотный штраф в размере 2 млрд рублей³. Административно-правовое наказание в виде оборотного штрафа в размере 1,1 млрд рублей было применено антимонопольным ведомством в начале 2023 г. и в отношении компании Apple, злоупотребившей доминирующим положением на рынке распространения приложений для iOS⁴.

Тенденции последних лет показывают, что даже назначение оборотных штрафов в долгосрочной перспективе не гарантирует должного стабилизационного эффекта для рыночных структур: владельцы цифровых сервисов охотно сохраняют линию на монополизацию рынков, а существенная прибыль, генерируемая ими, позволяет практически безболезненно покрывать любой оборотный штраф.

Подтверждение тому – действия компании Apple, которая, по состоянию на 2024 г., продолжает осуществлять антиконкурентные практики в отношении

¹ Для целей расчета оборотного штрафа стандартно учитывается выручка за календарный год, предшествующий году, в котором было выявлено административное правонарушение, либо за предшествующую дате выявления административного правонарушения часть календарного года, в котором было выявлено административное правонарушение, если правонарушитель не осуществлял деятельность по реализации товара (работы, услуги) в предшествующем календарном году (п. 3 ч. 1 ст. 3.5 КоАП РФ). В свою очередь, правонарушение считается выявленным на дату издания антимонопольным органом приказа о возбуждении дела по признакам нарушения антимонопольного законодательства (постановление Президиума ВАС РФ от 13.12.2011 по делу № А26-9462/2010).

² При этом оборотные штрафы, как правило, назначаются при неисполнении в установленные сроки предписаний антимонопольного органа, выданных по результатам рассмотрения дел о нарушении антимонопольного законодательства.

³ См. подробнее: ФАС оштрафовала Booking.com B.V. на 1,3 млрд рублей [Электронный ресурс] // URL: <https://fas.gov.ru/news/31446> (дата обращения: 31.05.2024); ФАС оштрафовала Google на 2 миллиарда рублей [Электронный ресурс] // URL: <https://fas.gov.ru/news/32069> (дата обращения: 31.05.2024).

⁴ См. подробнее: ФАС оштрафовала Apple на 1,1 млрд рублей [Электронный ресурс] // URL: <https://fas.gov.ru/news/32389> (дата обращения: 31.05.2024).

разработчиков мобильных программ для операционной системы iOS и российских пользователей, навязывая условия о запрете на любое побуждение в iOS-приложениях пользователей данных приложений на использование метода покупки, отличного от встроенной покупки¹. Не исключено, что аналогичные устойчивые антиконкурентные стратегии поведения могут в будущем использоваться и владельцами отечественных платформенных сервисов.

В условиях, когда инновационное развитие отечественных цифровых рынков образует один из ключевых приоритетов государства, а достижение такового при подавлении конкурентной среды со стороны крупного капитала значительным образом осложняется, совершенно закономерным образом возникает вопрос: насколько справедливо предоставление мер государственной поддержки последним, если фактическое использование таковых сопровождается «эгоистическими» устремлениями наращивания собственной экономической мощи с параллельным причинением антиконкурентного вреда другим участникам рынка и потребителям? Есть все основания предполагать, что при таких обстоятельствах частный интерес потенциального монополиста не совпадает с интересом публичным, поскольку в конечном итоге сводится к посягательству на общественное благо конкуренции.

Поэтому для участников цифровых рынков представляется необходимым расширение перечня возможных административно-правовых санкций, установленных ст. 14.31 КоАП РФ, в целях сдерживания устойчивых попыток к монополизации последних и обеспечения усиленного превентивного воздействия на антиконкурентное поведение субъектов данного вида.

С учетом изложенного, норму ст. 14.31 КоАП РФ предлагается дополнить ч. 3 ст. 14.31 КоАП РФ с установлением специальной ответственности за совершение повторного злоупотребления доминирующим положением на товарном рынке с использованием цифровых платформ, где наиболее строгой

¹ Антиконкурентный характер данного условия установлен ФАС России при рассмотрении дела против компании Apple Inc. в 2022 г. См. подробнее: решение ФАС России №ПИ/71984-ДСП/22 по делу № 11/01/10-30/2021 от 29 июля 2022 г. [Электронный ресурс] // URL: <https://br.fas.gov.ru/ca/upravlenie-regulirovaniya-svyazi-i-informatsionnyh-tehnologiy/b9ebd434-8004-459a-b84e-92dc82683ce2/> (дата обращения: 31.05.2024).

мерой ответственности, в дополнение к уже существующим в рамках ч. 2 ст. 14.31 КоАП РФ, может стать назначение оборотного штрафа с исключением организации из реестра аккредитованных ИТ-компаний и (или) назначение оборотного штрафа с исключением программы правонарушителя из реестра российского программного обеспечения либо без таковых¹.

Поскольку наличие организации в реестре аккредитованных ИТ-компаний, равно как и включение программы для ЭВМ или базы данных в реестр отечественного программного обеспечения, позволяет субъектам претендовать на получение мер государственной поддержки, например, применять пониженные ставки по налогам и страховым взносам, исключение таковых из указанных реестров при неоднократных злоупотреблениях доминирующим положением следует рассматривать в качестве справедливого неблагоприятного последствия для систематического нарушения антимонопольных запретов исследуемого типа.

Наряду с гражданско-правовой и административной ответственностью за злоупотребление доминирующим положением с использованием цифровых платформ, в доктрине в качестве самостоятельной предлагается рассматривать также антимонопольную ответственность.

Как отмечает М.А. Егорова, А.Ю. Кинев, «антимонопольной ответственностью можно считать меры принуждения, применяемые в ответ на правонарушения и существующие исключительно в рамках законодательства о защите конкуренции»². По мнению А.Я. Рыженкова, выделение антимонопольной ответственности в самостоятельный вид юридической ответственности также предопределяет ее регулирование исключительно через собственно нормы антимонопольного права: иным отраслевым законодательством она не предусмотрена³.

¹ См. подробнее: Постановление Правительства РФ от 30.09.2022 № 1729 «Об утверждении Положения о государственной аккредитации российских организаций, осуществляющих деятельность в области информационных технологий» // СЗ РФ. 03.10.2022. № 40. Ст. 6845; СЗ РФ. 27.02.2023. № 9. Ст. 1510; ст.12.1 Федерального закона от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» // СЗ РФ. 31.07.2006. № 31 (1 ч.). Ст. 3448; СЗ РФ. 18.12.2023. 51. Ст. 9161.

² Конкурентное право: учебник / под общ. ред. М.А. Егоровой, А.Ю. Кинева. М.: Юстицинформ, 2018.С. 465.

³ Рыженков А.Я. Правовая природа антимонопольной ответственности // Конкуренция и право. 2015. № 5. С. 54.

В частности, речь идет о таких специальных антимонопольных мерах, как принудительное разделение или выделение коммерческих организаций, а также некоммерческих организаций, осуществляющих деятельность, приносящую им доход (ст. 38 Закона о защите конкуренции), выдача антимонопольным органом предписания о перечислении в федеральный бюджет дохода, полученного от недопустимой монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции (ч. 3 ст. 51 Закона о защите конкуренции).

Последняя из мер может назначаться в отношении поведения, которое нарушает установленные ст.ст. 10, 10.1 Закона о защите конкуренции общие и специальные запреты злоупотребления доминирующим положением на товарном рынке, но в соответствии с п. 5 примечания к ст. 14.31 КоАП РФ, ее применение исключает возможность привлечения хозяйствующего субъекта к административно-правовой ответственности по данной статье¹.

Использование мер административной ответственности, с позиций эффективности защиты экономических интересов физических и юридических лиц, общества и государства, а также предупреждения новых антимонопольных нарушений, является первоочередным. Меры антимонопольной ответственности в виде выдачи предписаний о перечислении дохода в федеральный бюджет могут применяться в случае, если рассчитать административный штраф в соответствии с установленным в КоАП РФ порядком не представляется возможным². Таким образом, в данном случае одновременное привлечение лица к антимонопольной и административно-правовой ответственности не допускается.

Необходимо обратить отдельное внимание на тот факт, что применение мер антимонопольной ответственности в виде выдачи предписания о перечислении в

¹ В октябре 2024 г. предписание о перечислении в федеральный бюджет дохода, полученного вследствие нарушения антимонопольного законодательства, было выдано в адрес ПАО «МТС», нарушившего п. 1 ч. 1 ст. 10 Закона о защите конкуренции путем установления и поддержания монопольно высокой цены на услуги подвижной радиотелефонной связи (см. подробнее: Решение ФАС России № 11/91349-ДСП/24 Р по делу № 11/01/10-11/2024 от 9 октября 2024 г. [Электронный ресурс] // URL: <https://br.fas.gov.ru/ca/upravlenie-regulirovaniya-svyazi-i-informatsionnyh-tehnologiy/510485ea-4a71-4ae1-8b31-7d7ad7c8c83d/> (дата обращения: 17.03.2025).

² Рекомендации Научно-методического совета образовательных организаций и кафедр конкурентного права и антимонопольного регулирования ФАС России на тему: «Актуальные вопросы правоприменительной практики» по итогам расширенного заседания от 20 ноября 2019 г. в рамках проведения V международной научно-практической Конференции «Антимонопольная политика: наука, практика, образование» [Электронный ресурс] // URL: <https://fas.gov.ru/documents/686615> (дата обращения: 31.05.2024).

федеральный бюджет дохода, полученного вследствие злоупотребления доминирующим положением на товарном рынке, уже используется антимонопольным органом на высокотехнологичных рынках. В октябре 2024 г. ФАС России признала ПАО «МТС» нарушившим запрет злоупотребления доминирующим положением путем установления и поддержания монопольно высокой цены на услуги подвижной радиотелефонной связи; в адрес компании выдано предписание о перечислении в федеральный бюджет дохода, полученного вследствие нарушения антимонопольного законодательства¹. При нарастающей монополизации цифровых рынков со стороны владельцев платформенного бизнеса, применение указанной меры антимонопольной ответственности к данным хозяйствующим субъектам может рассматриваться в качестве актуального, отвечающего вызовам конкуренции в условиях цифровой экономики.

Важным аспектом в вопросах ответственности хозяйствующих субъектов, владеющих цифровыми платформами, становится также развитие позитивной социальной ответственности владельцев цифрового платформенного бизнеса, как разновидности предпринимательской деятельности. Традиционно, под позитивной социальной ответственностью субъектов предпринимательской деятельности понимается осознание ими своего долга перед обществом и государством, инициативное исполнение юридических и нравственных предписаний². Хотя выделение позитивной социальной ответственности, заключающейся, по указанию Д.А. Липинского, также в добровольном соблюдении юридических обязанностей посредством правомерного поведения субъекта, одобряемого или поощряемого государством, остается дискуссионным, при всей турбулентности цифровой трансформации социально-экономической системы, элементы самостоятельности и предприимчивости при исполнении установленных законом обязанностей выступают органичным инструментом само-стабилизации имущественного оборота и средством проактивного управления социальными ожиданиями,

¹ Решение ФАС России №11/91349-ДСП/24 по делу № 11/01/10-11/2024 от 9 октября 2024 г. [Электронный ресурс] // URL: <https://br.fas.gov.ru/ca/upravlenie-regulirovaniya-svyazi-i-informatsionnyh-tehnologiy/510485ea-4a71-4ae1-8b31-7d7ad7c8c83d/> (дата обращения: 01.03.2025).

² Предпринимательское право Российской Федерации: учебник / отв. ред. Е.П. Губин, П.Г. Лахно. 3-е изд., перераб. и доп. – М.: НОРМА, ИНФРА-М, 2020. С. 113.

например, относительно насыщения рынков доступными, качественными товарами и услугами¹.

Осознанное использование рыночной власти, полученной доминирующим хозяйствующим субъектом, с коррелирующим тому добросовестным выполнением обязанностей по воздержанию от нарушения антимонопольных запретов с использованием цифровых платформ, на примере рынка электронной коммерции, может иметь такие позитивные эффекты, как:

а) создание и поддержание равных возможностей по интеграции малого и среднего бизнеса в каналы онлайн-продаж, в том числе за счет получения доступа к наработанной аудитории и клиентской базе цифровой платформы;

б) обеспечение доступа потребителей к большому ассортименту товаров, включая товары брендов, покинувших российский рынок, ввозимых с использованием механизмов параллельного импорта;

в) обеспечение доступности товаров для жителей малонаселенных и труднодоступных местностей за счет развития логистических цепочек и сети пунктов выдачи заказов;

г) развитие программных технологий и сервисов на базе принципа инклюзии и пр.².

Поэтому позитивная социальная ответственность владельцев цифровых платформ, включая ее юридические аспекты, очевидно заслуживает отдельного внимания и права на самостоятельный анализ: это больше, чем просто про правомерное поведение, поскольку его закономерным следствием становится не только воздержание от причинения вреда, например конкуренции, но и весомый вклад в развитие социально-экономических отношений и вовлечение большого количества людей в гражданский оборот на равных, доступных условиях.

Вывод: При нарушении доминирующим владельцем цифровой платформы антимонопольных запретов, в том числе в виде договорных и внедоговорных

¹ См. подробнее: Липинский Д. А. Позитивная юридическая ответственность: за и против (часть 1) // Право и политика. 2005. №11. С. 9-18; Липинский Д. А. Позитивная юридическая ответственность: за и против. Ч. 2 // Право и политика. 2005. № 12. С. 21-32.

² См. подробнее: «Инклюзия должна соблюдаться по умолчанию»: как Яндекс делает сервисы доступными [Электронный ресурс] // URL: <https://yandex.ru/jobs/blog/kto-delaet-inklyuziyu> (дата обращения: 02.06.2024).

злоупотреблений, к правонарушителю применяются меры гражданско-правовой, административной и так называемой антимонопольной ответственности. Наиболее распространенным видом юридической ответственности за злоупотребления владельцем цифровой платформы доминирующим положением выступает административная ответственность в виде фиксированного или оборотного штрафа. При этом одновременное применение к правонарушителю, в том числе к владельцу цифровой платформы, мер административной ответственности в виде фиксированного или оборотного штрафа и мер антимонопольной ответственности в виде перечисления в федеральный бюджет дохода от противоправной деятельности не допускается.

Анализ правоприменительной практики по крупнейшим в России антимонопольным спорам против владельцев цифровых платформ в настоящее время показывает, что пострадавшие от данного правонарушения хозяйствующие субъекты и потребители недостаточно используют гражданско-правовые способы защиты свои прав и законных интересов, в том числе в виде взыскания убытков или неосновательного обогащения, что также обусловлено определенными сложностями в обосновании суммы понесенных убытков или размера неосновательного обогащения и возможностью взыскания убытков только применительно к периоду, в котором антимонопольным органом установлено доминирующее положение владельца цифровой платформы, а предъявление требований за пределами указанного срока зачастую становится самостоятельной причиной для отказа в удовлетворении исковых требований.

Вместе с тем, необходимо отметить важную роль в рамках противодействия злоупотреблению доминирующим положением на рынке добровольного применения мер позитивной социальной ответственности владельцами цифрового платформенного бизнеса, как разновидности предпринимательской деятельности, причем не только в виде добровольного соблюдения своих обязанностей, отказа от нарушения антимонопольных запретов, но также применения позитивных мер в виде организации и осуществления мероприятий в сфере функционирования цифровых платформ, в частности: а) создания и поддержания равных

возможностей по интеграции малого и среднего бизнеса в каналы онлайн-продаж, в том числе за счет получения доступа к наработанной аудитории и клиентской базе цифровой платформы; б) обеспечения доступа потребителей к большому ассортименту товаров, включая товары брендов, покинувших российский рынок, ввозимых с использованием механизмов параллельного импорта; в) обеспечения доступности товаров для жителей малонаселенных и труднодоступных местностей за счет развития логистических цепочек и сети пунктов выдачи заказов и других мер.

Заключение

Подводя итог диссертационного исследования необходимо отметить, что в работе проводится комплексный, межотраслевой анализ сущности цифровых платформ, используемых в сфере предпринимательской деятельности, применительно к злоупотреблению хозяйствующим субъектом, владеющим цифровой платформой, доминирующим положением на товарном рынке; впервые в отечественной правовой доктрине осуществляется классификация видов злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровых платформ. Цель и задачи работы представляются достигнутыми, проведенное исследование показало эффективность избранной методологии и позволило обосновать положения и выводы, вынесенные на защиту, а также предложения по совершенствованию антимонопольного законодательства и практики его применения.

Так, понятие цифровой платформы является многоаспектным и раскрывается через комплекс таких подходов, как экономический, организационно-экономический, инфраструктурный, программно-технический, социально-управленческий, психологический.

При этом под цифровой платформой, используемой для осуществления предпринимательской деятельности на товарном рынке, понимается принадлежащий на законном основании одному или нескольким хозяйствующим субъектам (группе лиц) единый имущественный объект (цифровой имущественный комплекс), включающий совокупность объектов в цифровой форме – программу или совокупность программ для ЭВМ, базы данных, исключительные права на указанные объекты, а также сопутствующие объекты: серверное компьютерное оборудование, здания, сооружения, транспортные средства, функционирующий под единым средством индивидуализации (товарным знаком, фирменным наименованием), основанный на использовании сетевых

эффектов, обеспечивающий совершение сделок между продавцами и покупателями (потребителями) определенных товаров (работ, услуг) в сети Интернет, что определяет его в качестве цифровой платформы транзакционного типа. При этом в качестве владельца цифровой платформы понимается хозяйствующий субъект и (или) нескольких хозяйствующих субъектов, входящих в группу лиц, которым на законном основании принадлежит цифровая платформа и которые организуют взаимодействие пользователей в целях совершения сделок по приобретению товаров, работ, услуг в сети Интернет, устанавливают правила использования цифровой платформы и условия доступа к ней для пользователей. антимонопольного органа.

Злоупотребление доминирующим положением владельцем цифровой платформы нарушает права и законные интересы потребителей как пользователей цифровой платформы, которые подразделяются на профессиональных и непрофессиональных потребителей. Профессиональными потребителями являются хозяйствующие субъекты, использующие цифровую платформу при осуществлении предпринимательской деятельности и приобретении товаров (работ, услуг) в целях их последующей перепродажи, обладающие специальными познаниями. Непрофессиональные потребители приобретают товары (работы, услуги) посредством цифровой платформы для личного пользования, не связанного с предпринимательской деятельностью, и, как правило, в отношениях с владельцем цифровой платформы являются наиболее уязвимой стороной правоотношений, в силу таких факторов, как отсутствие развернутой нормативно-справочной поддержки по различным аспектам использования платформенного сервиса (например, отсутствие возможностей прямой коммуникации с продавцом товара (работы, услуги) непосредственно на цифровой платформе при несоответствии приобретенного товара заявленным в объявлении о продаже товара (работы, услуги) характеристикам, получение стандартизированных шаблонных ответов в «чате поддержки» по проблемам возврата товаров ненадлежащего качества, не учитывающих проблематику каждого отдельного случая возврата товара).

При этом сущностно злоупотребление доминирующим положением с использованием цифровой платформы образует правонарушение, разновидность монополистической деятельности в виде действий (бездействия) владельца цифровой платформы, который недобросовестно в целях приобретения необоснованных конкурентных преимуществ использует присущие статусу доминирующего субъекта возможности по одностороннему воздействию на товарный рынок за счет использования сетевых эффектов, в том числе по воздействию на условия формирования цен, заключения и исполнения договоров, на конкурирующих субъектов и пользователей платформы, что приводит к противоправным последствиям (в совокупности либо к одному из них): неправомерному ограничению конкуренции на товарном рынке, функционирующему с использованием цифровых платформ; нарушению прав и законных интересов хозяйствующих субъектов-конкурентов, пользователей цифровой платформы (продавцов, профессиональных и непрофессиональных потребителей) на рассматриваемом товарном рынке.

Злоупотребление доминирующим положением с использованием цифровых платформ включает договорные и внедоговорные виды. Договорные виды злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровой платформы совершаются посредством дискриминации (нарушения юридического равенства) со стороны доминирующей (сильной) стороны договорного правоотношения к своему контрагенту (выступающему в качестве слабой стороны) в виде 1) необоснованного отказа либо уклонения от заключения договора; 2) навязывания контрагенту невыгодных или не относящихся к предмету договора условий; в зависимости от предмета антиконкурентного договорного условия, данные виды злоупотребления подразделяются на ценовые, товарные, штрафные, информационные, эксклюзивные. При внедоговорном злоупотреблении доминирующим положением с использованием цифровых платформ, владельцем цифровой платформы реализует преимущественно односторонние дискриминационные ограничения в отношении пользователей цифровой платформы, не связанные с заключением договоров (например, удаление товаров

продавцов с платформы); в зависимости от цели данных ограничений, данный вид злоупотребления может быть инфраструктурным, преференциальным или связывающим.

Важно отметить, что злоупотребление субъектом предпринимательской деятельности, использующим цифровую платформу, своим доминирующим положением в сфере исключительных прав находится в прямой связи с проблематикой так называемых «антимонопольных иммунитетов» в указанной сфере. Несмотря на идею сторонников «антимонопольных иммунитетов», выступающих за сохранение изъятия из-под действия антимонопольных запретов действий правообладателя (в том числе владельца цифровой платформы) по осуществлению исключительных прав на эти объекты, следует признать необходимым обеспечение баланса частноправовых и публично-правовых интересов, в том числе обеспечение публичных интересов в защите конкурентных отношений на рынке, интересов неопределенного круга потребителей на рынке с использованием цифровых платформ, а также частно-правовых интересов, включая права и законные интересы отдельных хозяйствующих субъектов и отдельных потребителей от злоупотребления доминирующим положением владельцев цифровых платформ. При нарастающих тенденциях монополизации товарных рынков с использованием цифровых платформ необходимо соразмерное изменение сложившегося законодательного подхода к применению «антимонопольных иммунитетов» в сфере интеллектуальной собственности к владельцам цифровых платформ, прежде всего, в вопросах осуществления исключительных прав на программы для ЭВМ.

Защита прав и законных интересов пользователей цифровой платформы от злоупотребления ее владельцем доминирующим положением на рынке осуществляется в следующих формах: 1) индивидуальная защита прав и законных интересов хозяйствующего субъекта – пользователя цифровой платформы (включая его группу лиц), выступающих в качестве продавца, либо покупателя (потребителя), нарушенных в результате ограничения конкуренции на рынке, осуществляемая путем: а) рассмотрения антимонопольным органом заявления

хозяйствующего субъекта- конкурента либо пользователя цифровой платформы по факту данного правонарушения; б) рассмотрения судом иска хозяйствующего субъекта - пользователя цифровой платформы о взыскании убытков, причиненных злоупотреблением доминирующим положением либо неосновательного обогащения; 2) защита коллективных (групповых) интересов пользователей цифровой платформы (включая группу лиц каждого из них) путем: а) рассмотрения антимонопольным органом коллективного заявления группы пользователей (продавцов либо покупателей, потребителей), либо рассмотрения антимонопольным органом заявления от некоммерческой организации соответствующей группы пользователей цифровой платформы (включая организации по защите прав потребителей), поданное в защиту интересов неопределенного круга пользователей (потребителей), нарушенных в результате ограничения конкуренции на рынке, б) рассмотрения судом группового иска пользователей цифровой платформы о взыскании убытков либо неосновательного обогащения от злоупотребления доминирующим положением либо иска уполномоченного органа (организации) в защиту неопределенного круга потребителей.

При этом защита конкурентных отношений от злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровых платформ осуществляется посредством реализации следующих мер: 1) направления антимонопольным органом владельцу цифровой платформы (его группе лиц) предупреждения о прекращении действий (бездействия), в виде злоупотребления доминирующим положением с требованием: а) о внесении изменений в оферту или в соглашение с пользователями цифровой платформы; б) об установлении недискриминационных условий доступа к возможностям использования цифровой платформы пользователями; 2) возбуждения антимонопольным органом дела по признакам злоупотребления доминирующим положением владельцем цифровых платформ: а) с вынесением решения о признании действий (бездействия) антимонопольным правонарушением в виде злоупотребления доминирующим положением; б) с выдачей предписания о внесении изменений в оферту или

соглашение с пользователями цифровых платформ; об установлении недискриминационных условий доступа к возможностям использования цифровой платформы пользователями; в) с выдачей предписания о перечислении в федеральный бюджет дохода, полученного от монополистической деятельности в виде злоупотребления доминирующим положением (относимого к антимонопольной ответственности); 3) возбуждения административного дела по признакам злоупотребления доминирующим положением владельцем цифровой платформы с привлечением владельца цифровой платформы к юридической ответственности в виде фиксированного или оборотного штрафа, а также применения иных предусмотренных законом санкций.

В свою очередь, защита прав и законных интересов хозяйствующих субъектов – пользователей цифровой платформы (продавцов), а также покупателей (потребителей) осуществляется следующими правовыми способами: 1) административным – посредством направления в антимонопольный орган заявления о нарушении владельцем цифровой платформы антимонопольного законодательства в виде злоупотребления доминирующим положением, что является основанием для применения специальных способов защиты конкуренции и привлечения к юридической ответственности владельца цифровой платформы (его группы лиц); 2) судебным – путем подачи в суд исков о взыскании убытков, неосновательного обогащения вследствие злоупотребления владельцем платформы доминирующим положением на рынке.

Отдельно отмечается, что при нарушении доминирующим владельцем цифровой платформы антимонопольных запретов, в том числе в виде договорных и внедоговорных злоупотреблений, к правонарушителю применяются меры гражданско-правовой, административной и так называемой антимонопольной ответственности. Наиболее распространенным видом юридической ответственности за злоупотребления владельцем цифровой платформы доминирующим положением выступает административная ответственность в виде фиксированного или оборотного штрафа. При этом одновременное применение к правонарушителю, в том числе к владельцу цифровой платформы, мер

административной ответственности в виде фиксированного или оборотного штрафа и мер антимонопольной ответственности в виде перечисления в федеральный бюджет дохода от противоправной деятельности не допускается.

Анализ правоприменительной практики по крупнейшим в России антимонопольным спорам против владельцев цифровых платформ в настоящее время показывает, что пострадавшие от данного правонарушения хозяйствующие субъекты и потребители недостаточно используют гражданско-правовые способы защиты свои прав и законных интересов, в том числе в виде взыскания убытков или неосновательного обогащения, что также обусловлено определенными сложностями в обосновании суммы понесенных убытков или размера неосновательного обогащения и возможностью взыскания убытков только применительно к периоду, в котором антимонопольным органом установлено доминирующее положение владельца цифровой платформы, а предъявление требований за пределами указанного срока зачастую становится самостоятельной причиной для отказа в удовлетворении исковых требований.

Вместе с тем, необходимо отметить важную роль в рамках противодействия злоупотреблению доминирующим положением на рынке добровольного применения мер позитивной социальной ответственности владельцами цифрового платформенного бизнеса, как разновидности предпринимательской деятельности, причем не только в виде добровольного соблюдения своих обязанностей, отказа от нарушения антимонопольных запретов, но также применения позитивных мер в виде организации и осуществления мероприятий в сфере функционирования цифровых платформ, в частности: а) создания и поддержания равных возможностей по интеграции малого и среднего бизнеса в каналы онлайн-продаж, в том числе за счет получения доступа к наработанной аудитории и клиентской базе цифровой платформы; б) обеспечения доступа потребителей к большому ассортименту товаров, включая товары брендов, покинувших российский рынок, и ввозимых с использованием механизмов параллельного импорта; в) обеспечения доступности товаров для жителей малонаселенных и труднодоступных местностей

за счет развития логистических цепочек и сети пунктов выдачи заказов и других мер.

Таким образом, в настоящей работе проведено комплексное исследование как теоретических, так и практических вопросов и проблем по заявленной автором тематике диссертационного исследования, и разработаны соответствующие выводы и рекомендации, которые могут быть использованы как учеными для последующего развития доктринальных идей в обозначенной области, в преподавательской и практической деятельности при оказании юридической помощи по вопросам злоупотребления доминирующим положением с использованием цифровых платформ.

Библиографический список

Международные документы

1. Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (ТРИПС) (Заключено в г. Марракеше 15.04.1994) [Электронный ресурс] // URL: <https://docs.cntd.ru/document/902340087> (дата обращения: 18.06.2024).
2. Решение Высшего Евразийского экономического совета от 11.10.2017 № 12 «Об Основных направлениях реализации цифровой повестки Евразийского экономического союза до 2025 года» [Электронный ресурс] // https://docs.eaeunion.org/docs/ru-ru/01415258/scd_10112017_12 (дата обращения: 01.12.2023).

Нормативные правовые акты Российской Федерации

3. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020) // Российская газета. № 237. 25.12.1993; Официальный Интернет-портал правовой информации <http://pravo.gov.ru>, 06.10.2022.
4. Кодекс административного судопроизводства Российской Федерации от 08.03.2015 № 21-ФЗ // СЗ РФ. 09.03.2015. № 10. Ст. 1391; СЗ РФ. 08.04.2024. № 15. Ст. 1967.
5. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 № 230-ФЗ // СЗ РФ. 25.12.2006. № 52 (1 ч.). Ст. 5496; СЗ РФ. 25.12.2023. № 52. Ст. 9760.
6. Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации от 14.11.2002 № 138-ФЗ // СЗ РФ. 18.11.2002. № 46. Ст. 4532; СЗ РФ. 08.04.2024. № 15. Ст. 1967.

7. Арбитражный процессуальный кодекс Российской Федерации от 24.07.2002 № 95-ФЗ // СЗ РФ. 29.07.2002. № 30. Ст. 3012; СЗ РФ. 03.06.2024. № 23 (часть I). Ст. 3045.

8. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ // СЗ РФ. 07.01.2002. № 1 (ч. 1). Ст. 1; СЗ РФ. 15.07.2024. № 29 (Часть II). Ст. 4094.

9. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть третья) от 26.11.2001 № 146-ФЗ // СЗ РФ. 2001. № 49. Ст. 4552; СЗ РФ. 2024. № 33 (Часть I). Ст. 4933.

10. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ // СЗ РФ. 1996. № 5. Ст. 410; СЗ РФ. 2024. № 51. Ст. 7853.

11. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ // СЗ РФ. 05.12.1994. № 32. Ст. 3301; СЗ РФ. 2020. № 50 (часть III). Ст. 8072.

12. Федеральный закон от 10.07.2023 № 301-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О защите конкуренции» // СЗ РФ. 17.07.2023. № 29. Ст. 5319.

13. Федеральный закон от 31.07.2020 № 259-ФЗ «О цифровых финансовых активах, цифровой валюте и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» // СЗ РФ. 03.08.2020. № 31 (часть I). Ст. 5018; СЗ РФ. 28.10.2024. № 44. Ст. 6489.

14. Федеральный закон от 02.08.2019 № 259-ФЗ «О привлечении инвестиций с использованием инвестиционных платформ и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» // СЗ РФ. 05.08.2019. № 31. Ст. 4418; СЗ РФ. 12.08.2024. № 33 (Часть I). Ст. 4959.

15. Федеральный закон от 05.10.2015 № 275-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О защите конкуренции» и отдельные законодательные акты Российской Федерации» // СЗ РФ. 12.10.2015. № 41 (часть I). Ст. 5629.

16. Федеральный закон от 29.12.2012 № 275-ФЗ «О государственном оборонном заказе» // СЗ РФ. 31.12.2012. № 53 (ч. 1). Ст. 7600; СЗ РФ. 2012. № 53 (часть I). Ст. 7600.

17. Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» // СЗ РФ. 31.07.2006. № 31 (1 ч.). Ст. 3448; СЗ РФ. 25.11.2024. № 48. Ст. 7218.
18. Федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных» // СЗ РФ. 31.07.2006. № 31 (1 ч.). Ст. 3451; СЗ РФ. 12.08.2024. № 33 (Часть I). Ст. 4929.
19. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» // СЗ РФ. 31.07.2006. № 31 (1 ч.). Ст. 3434; СЗ РФ. 21.10.2024. № 43. Ст. 6299
20. Федеральный закон от 02.05.2006 № 59-ФЗ «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации» // СЗ РФ. 08.05.2006. № 19. Ст. 2060; СЗ РФ. 2018. № 53 (часть I). Ст. 8454.
21. Федеральный закон от 07.07.2003 № 126-ФЗ «О связи» // СЗ РФ. 14.07.2003. № 28. Ст. 2895; СЗ РФ. 2019. № 52 (часть I). Ст. 7796.
22. Федеральный закон от 26.03.2003 № 35-ФЗ «Об электроэнергетике» // СЗ РФ. 31.03.2003. № 13. Ст. 1177; СЗ РФ. 2020. № 31 (часть I). Ст. 5040.
23. Федеральный закон от 17.08.1995 № 147-ФЗ «О естественных монополиях» // СЗ РФ. 21.08.1995. № 34. Ст. 3426; СЗ РФ. 14.06.2021. № 24 (Часть I). Ст. 4188.
24. Федеральный закон от 02.12.1990 № 395-1 «О банках и банковской деятельности» // СЗ РФ. 05.02.1996. № 6. Ст. 492; СЗ РФ. 2021. № 1 (часть I). Ст. 34.
25. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» // СЗ РФ. 15.01.1996. № 3. Ст. 140; СЗ РФ. 12.12.2022. № 50 (Часть III). Ст. 8772.
26. Закон РСФСР от 22.03.1991 № 948-1 «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» (ред. от 26.07.2006) // Бюллетень нормативных актов. № 2-3. 1992; СЗ РФ. 2006. № 31 (1 ч.). Ст. 3434.
27. Указ Президента РФ от 07.05.2024 № 309 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года» // СЗ РФ. 13.05.2024. № 20. Ст. 2584.

28. Указ Президента РФ от 09.05.2017 № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 – 2030 годы» // СЗ РФ. 15.05.2017. № 20. Ст. 2901.

29. Постановление Правительства РФ от 20.03.2024 № 340 «О внесении изменений в постановление Правительства Российской Федерации от 24 марта 2022 г. № 448» // СЗ РФ. 25.03.2024. № 13. Ст. 1809.

30. Постановление Правительства РФ от 29.12.2023 № 2386 «О государственной информационной системе «Единая централизованная цифровая платформа в социальной сфере» (вместе с «Положением о государственной информационной системе «Единая централизованная цифровая платформа в социальной сфере»)) // СЗ РФ. 01.01.2024. № 1 (Часть III). Ст. 250.

31. Постановление Правительства РФ от 30.09.2022 № 1729 «Об утверждении Положения о государственной аккредитации российских организаций, осуществляющих деятельность в области информационных технологий» // СЗ РФ. 03.10.2022. № 40. Ст. 6845; СЗ РФ. 27.02.2023. № 9. Ст. 1510.

32. Постановление Правительства РФ от 07.06.2022 № 1040 «О федеральной государственной информационной системе «Единая цифровая платформа «Национальная система пространственных данных» (вместе с «Положением о федеральной государственной информационной системе «Единая цифровая платформа «Национальная система пространственных данных»)) // СЗ РФ. 13.06.2022. № 24. Ст. 4065.

33. Постановление Правительства РФ от 13.05.2022 № 867 «О единой цифровой платформе в сфере занятости и трудовых отношений «Работа в России» (вместе с «Правилами функционирования единой цифровой платформы в сфере занятости и трудовых отношений «Работа в России»)) // СЗ РФ. 23.05.2022. № 21. Ст. 3446; СЗ РФ. 03.04.2023. № 14. Ст. 2438.

34. Постановление Правительства РФ от 22.06.2021 № 956 «О государственной информационной системе «Цифровая аналитическая платформа предоставления статистических данных» (вместе с «Положением о государственной информационной системе «Цифровая аналитическая платформа

предоставления статистических данных») // СЗ РФ. 28.06.2021. № 26. Ст. 4979; СЗ РФ. 31.10.2022. № 44. Ст. 7574.

35. Постановление Правительства РФ от 20.10.2017 № 1285 «Об утверждении Правил недискриминационного доступа к услугам субъектов естественных монополий в портах» // СЗ РФ. 30.10.2017. № 44. Ст. 6516; СЗ РФ. 14.03.2022. № 11. Ст. 1694.

36. Постановление Правительства РФ от 09.06.2007 № 359 «Об утверждении условий признания доминирующим положения финансовой организации (за исключением кредитной организации) и правил установления доминирующего положения финансовой организации (за исключением кредитной организации)» // СЗ РФ. 11.06.2007. № 24. Ст. 2926; СЗ РФ. 09.09.2013. № 36. Ст. 4578.

37. Распоряжение Правительства РФ от 17.12.2019 № 3074-р «Концепция создания цифровой аналитической платформы» (вместе с «Концепцией создания цифровой аналитической платформы предоставления статистических данных») // СЗ РФ. 30.12.2019. № 52 (часть II). Ст. 8054.

38. Приказ ФАС России от 28.04.2010 № 220 «Об утверждении Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке» // Бюллетень нормативных актов федеральных органов исполнительной власти. № 34. 23.08.2010; официальный Интернет-портал правовой информации <http://www.pravo.gov.ru>, 05.06.2020.

Разъяснения, рекомендации и иные официальные документы

39. «Основные направления развития финансового рынка Российской Федерации на 2022 год и период 2023 и 2024 годов» (разработаны Банком России) [Электронная ресурсы] // URL: https://www.cbr.ru/about_br/publ/onfinmarket/ (дата обращения: 31.03.2023).

40. «Основные направления развития финансового рынка Российской Федерации на 2024 год и период 2025 и 2026 годов» (разработаны Банком России) // Вестник Банка России. № 5. 23.01.2024.

41. Концепция развития гражданского законодательства Российской Федерации (одобрена решением Совета при Президенте РФ по кодификации и совершенствованию гражданского законодательства от 07.10.2009) // Вестник ВАС РФ. № 11. Ноябрь, 2009.

42. Концепция создания и функционирования государственной информационной системы «Единая цифровая платформа «Физическая культура и спорт» (утв. Минспортом России 26.04.2021) [Электронный ресурс] // URL: <http://www.minsport.gov.ru/activities/fkis/> (дата обращения: 31.03.2023).

43. Концепция общего регулирования деятельности групп компаний, развивающих различные цифровые сервисы на базе одной «Экосистемы» [Электронный ресурс] // URL: https://economy.gov.ru/material/file/cb29a7d08290120645a871be41599850/koncerciya_21052021.pdf (дата обращения: 01.12.2023).

44. Письмо Минфина России от 30.11.2016 № 03-07-08/70744. Вопрос: ...Об НДС при оказании услуг по предоставлению доступа к компьютерному обеспечению через Интернет [Электронный ресурс] // URL: <https://cloud.consultant.ru/cloud/cgi/online.cgi?req=doc&base=QUEST&n=169581&dst=100001&cacheid=D65A83AE1EFB197A7928820091E6A21C&mode=splus&rnd=hHnORA#EukKSIUA5dzXbVUG1> (дата обращения: 31.05.2024).

45. Разъяснение Президиума ФАС России от 07.06.2017 № 8 «О применении положений статьи 10 Закона о защите конкуренции» (утв. протоколом Президиума ФАС России от 07.06.2017 № 11) [Электронный ресурс] // URL: <https://fas.gov.ru/documents/611491> (дата обращения: 01.05.2024).

46. Разъяснение Президиума ФАС России от 11.10.2017 № 11 «По определению размера убытков, причиненных в результате нарушения антимонопольного законодательства» [Электронный ресурс] // URL: <https://fas.gov.ru/documents/587995> (дата обращения: 31.05.2024).

47. Рекомендации Научно-методического совета образовательных организаций и кафедр конкурентного права и антимонопольного регулирования ФАС России на тему: «Актуальные вопросы правоприменительной практики» по

итогах расширенного заседания от 20 ноября 2019 г. в рамках проведения V международной научно-практической Конференции «Антимонопольная политика: наука, практика, образование» [Электронный ресурс] // URL: <https://fas.gov.ru/documents/686615> (дата обращения: 31.05.2024).

Нормативные правовые акты, имеющие историческое значение

48. Федеральный закон от 23.06.1999 № 117-ФЗ «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг» // СЗ РФ. 28.06.1999. № 26. Ст. 3174; СЗ РФ. 06.02.2006. № 6. Ст. 636. Утр. силу.

49. Закон РФ от 19.04.1991 № 1032-1 «О занятости населения в Российской Федерации» // СЗ РФ. № 17. 22.04.1996. Ст. 1915; СЗ РФ. 02.01.2023. № 1 (часть I). Ст. 16. Утр. силу.

50. Постановление Правительства РФ от 19.12.2007 № 896 «Об утверждении Правил формирования и ведения Реестра хозяйствующих субъектов, имеющих долю на рынке определенного товара в размере более чем 35 процентов или занимающих доминирующее положение на рынке определенного товара, если в отношении такого рынка федеральными законами установлены случаи признания доминирующим положения хозяйствующих субъектов» // СЗ РФ. 24.12.2007. № 52. Ст. 6480. Утр. силу.

51. Постановление Правительства РФ от 19.02.1996 № 154 «О Реестре хозяйствующих субъектов, имеющих на рынке определенного товара долю более 35 процентов» (вместе с «Порядком формирования и ведения Реестра хозяйствующих субъектов, имеющих на рынке определенного товара долю более 35 процентов») // СЗ РФ. 26.02.1996. № 9. Ст. 806; СЗ РФ. 14.02.2005. № 7. Ст. 560. Утр. силу.

52. Положение о Государственном реестре РСФСР объединений и предприятий - монополистов, действующих на товарных рынках (утв. Приказом ГКАП РСФСР от 10.10.1991 № 60) // Закон. № 4. 1995. Утр. силу.

53. Уложение о наказаниях уголовных и исправительных 1845 года [Электронный ресурс] // URL: <https://dspace.spbu.ru/handle/11701/8933> (дата обращения: 01.04.2024). Утр. силу.

Библиография на русском языке

54. Абросимова Е.А. К вопросу о договорной ответственности маркетплейсов // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: гуманитарные и общественные науки. 2024. Том 8. № 2. С. 231-240.

55. А. Г. Быков: Человек, Ученый, Учитель. — М.: Стартап, 2013. 416 с.

56. Агарков М.М. Понятие сделки по советскому гражданскому праву / Проф. М.М. Агарков / Советское государство и право. М., 1946. № 3 – 4. С. 41-55.

57. Агарков М.М. Проблема злоупотребления правом в советском гражданском праве» // Известия АН СССР. Отделение экономики и права. 1946. № 6. С. 424-436.

58. Акифьева А.А. Отмена «антимонопольных иммунитетов» для интеллектуальной собственности: за и против // Конкуренция и право. 2016. № 4. С. 36-39.

59. Алексеев С.С. Общая теория права: в 2 т. Т. 2. М.: Юрид. лит., 1982. 360 с.

60. Алексеев С.С. Собрание сочинений. В 10 Т. [+Справоч. том]. Том 3: Проблемы теории права: Курс лекций. – М. Статут, 2010. 781 с.

61. Андреев В.К. Об экосистеме и правовых проблемах цифровой экономики // Журнал предпринимательского и корпоративного права. 2022. № 1. С. 15-19.

62. Антимонопольное регулирование в цифровую эпоху: Как защищать конкуренцию в условиях глобализации и четвертой промышленной революции [Текст]: монография / Нац. Исслед. ун-т «Высшая школа экономики»; ФАС России; под ред. А.Ю. Цариковского, А.Ю. Иванова и Е.А. Войниканис. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2019. 311 с.

63. Ашфа Д.М. Антиконтентные практики на цифровых рынках и правовые способы их пресечения // Журнал российского права. 2024. № 4. С. 89-102.
64. Бабкин А.В., Михайлов П.А. Цифровые платформы в экономике: понятие, сущность, классификация // Вестник Академии знаний. 2023. № 54 (1). С. 25-36.
65. Бакулин А.Ф., Кузьмина А.В. Слабая сторона предпринимательского договора: стандарты и бремя доказывания // Вестник гражданского процесса. 2020. № 2. С. 203-250.
66. Балашов Н.А. Как супераппы меняют рынок мобильных приложений // Бизнес-образование в экономике знаний. 2020. № 3. С. 13-14.
67. Балацкий Е.В. Глобальные вызовы четвертой промышленной революции // Terra Economicus. 2019. № 17(2). С. 6–22.
68. Баранов Д.Н. Сущность и содержание категории «цифровая экономика» // Вестник Московского университета имени С. Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление. 2018. № 2(25). С.15-23.
69. Баракина Е.Ю. Правовой статус оператора цифровой платформы: теория и практика // Финансовое право. 2023. № 2. С. 23-26.
70. Баринова Н.В., Баринов В.Р. Трансформация экономического поведения потребителей в цифровом мире // Вестник РЭУ им. Г.В. Плеханова. 2020. Том 17. №5 (113). С.169-181.
71. Бару М.И. О ст. 1 Гражданского кодекса // Советское государство и право. 1958. №12. С. 117-120.
72. Бауэр В.П., Ерёмин В.В., Смирнов В.В. Цифровые платформы как инструмент трансформации мировой и российской экономики в 2021–2023 годах // Экономика. Налоги. Право. 2021. № 14(1). С. 41-51.
73. Башлаков-Николаев И.В. Антимонопольный иммунитет в картелях и иных формах группового антиконкурентного поведения хозяйствующих субъектов // Конкурентное право. 2023. № 4. С. 5-8.

74. Башлаков-Николаев И.В. Гражданско-правовая ответственность в сфере защиты конкуренции. Система частных и групповых исков // Законы России: опыт, анализ, практика. 2013. № 7. С. 75-82.

75. Башлаков-Николаев И.В. О необходимости предупреждения объективного вменения при решении вопросов ответственности за коллективное доминирование // Законы России: опыт, анализ, практика. 2020. № 2. С. 64-74.

76. Белицкая А.В., Лаутс Е.Б. Эффективность правового регулирования финансового рынка // Право и бизнес. 2023. № 2. С. 18-25.

77. Большой толковый словарь русского языка [Текст]: А-Я / РАН. Ин-т лингв. исслед.; Сост., гл. ред. канд. филол. наук С. А. Кузнецов [Электронный ресурс] // <https://archive.org/details/Bolshoy-tolkov-slovar-russkogo-yazyka-2000> (дата обращения: 01.04.2023).

78. Борзило Е.Ю. Новое в российском антимонопольном законодательстве // Вестник гражданского права. 2006. № 2. С. 65-94.

79. Бурова А.Ю. Цифровые экосистемы: необходимость и содержание законодательного регулирования // Журнал российского права. 2024. № 1. С. 143-155.

80. Вайпан В.А. Источники цифрового права // Вестник арбитражной практики. 2024. № 1. С. 3-29.

81. Вайпан В.А. Понятие и правовая природа цифрового права // Право и бизнес. 2024. № 2. С. 10-17.

82. Васильев Ю.С. Взаимодействие права и морали // Советское государство и право. 1966. № 11. С. 18-20.

83. Венедиктов А.В. Избранные труды по гражданскому праву. Т. 1. Картели и синдикаты [Электронный ресурс] // URL: https://library.brstu.ru/static/bd/klassika_ros_civilizac/Elib/1619.html (дата обращения: 01.03.2023).

84. Венедиктов А.В. Очередные вопросы в литературе гражданского права (Литературное обозрение): Картели и синдикаты / А. Венедиктов // Вестник

Гражданского права. Петроград, 1915. № 4 (Апрель). С. 117- 145; № 5 (Май). С. 113-140.

85. Витрук Н.В. Общая теория правового положения личности: монография / Н.В. Витрук. – М.: Норма: ИНФРА-М, 2018. 448 с.

86. Витрук Н.В. Общая теория юридической ответственности: монография / Н.В. Витрук. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Норма: ИНФРА-М, 2023. 432 с.

87. Вовкивская Л.В., Савостина Е.В. Аналитический обзор судебных дел, рассмотренных с участием антимонопольного органа // Российское конкурентное право и экономика. 2022. № 1. С. 80-84.

88. Вознесенский Н., Гнусина Ю. Возможно ли ограничение распоряжения результатами интеллектуальной деятельности нормами антимонопольного права? // Корпоративный юрист. 2012. № 6 (Приложение). С. 25-30.

89. Войниканис Е.А., Иванов А. Ю., Цариковский А.Ю., Ерофеева Е.В. Антимонопольное регулирование в цифровую эпоху. М.: Издательский дом НИУ ВШЭ, 2019. 392 с.

90. Ворожевич А.С. Исключительные права в цифровой сфере: объекты, границы, пределы осуществления (комментарий законодательства) // Современные информационные технологии и право: монография / Московский госуниверситет им. М.В. Ломоносова, Юридический факультет / отв. ред. Е.Б. Лаутс. М.: Статут, 2019. С. 208-233.

91. Ворожевич А.С. Лицензионные договоры и антитраст: опыт США и Японии, выбор России // Закон. 2015. № 3. С. 128-140.

92. Гаврилов Д. Антимонопольное регулирование и охрана интеллектуальной собственности: поиск баланса // Конкуренция и право. 2013. № 3. С. 15-21.

93. Гаврилов Д.А. Некоторые вопросы взыскания убытков вследствие нарушения антимонопольного законодательства: текущая практика и перспективы с учетом зарубежного опыта // Вестник Арбитражного суда Московского округа. 2015. № 3. С. 19-27.

94. Гамбаров Ю.С. Курс гражданского права. Том I. Часть общая. С.-Петербург: Типография М.М. Стасюлевича, 1911. 781 с.
95. Гассман О. Бизнес-модели: 55 лучших шаблонов / Оливер Гассман, Каролин Франкенбрегер, Микаэла Шик; Пер. с англ. – М.: Альпина Паблишер, 2016. 432 с.
96. Голованова С.В. Доктрина ключевых мощностей в российской антимонопольной политике: основания и риски применения // Экономическая политика. 2013. № 3. С. 126-143.
97. Голомолзин А.Н. Исторические уроки защиты и развития конкуренции // Российское конкурентное право и экономика. 2019. № 4. С. 6-21.
98. Гольдштейн И.М. «Синдикаты и тресты и современная экономическая политика». Т 1. – М.: Университетская типография на Страстном бульваре. 1907. 542 с.
99. Грибанов В.П. Осуществление и защита гражданских прав. – 2-е изд. – Москва: Статут, 2020. 414 с. (Классика российской цивилистики.)
100. Гриценко Е.В. Право на хорошее управление в условиях цифровой трансформации // Сравнительное конституционное обозрение. 2022. № 4. С. 15-36.
101. Гришин П.А. Самозащита – форма или способ защиты гражданских прав // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2013. С. 113-116.
102. Губин Е.П. Право как инструмент решения экономических проблем // Вестник Московского университета. Серия 11. Право. 2012. №2. С. 3-13.
103. Давыдянец Е.Д., Остапенко Е.А., Скребцова Т.В. К определению понятий «услуга» и «качество услуги» // KANT. 2019. № 1 (30). С. 276-281.
104. Данилов-Данильян В.И. Экосистема – одно из важнейших фундаментальных понятий современной науки // Экосистемы: экология и динамика. 2017. Том 1. №1. С. 5-9.
105. Демм Ж. Реформа немецкого законодательства о защите конкуренции // Lex Russica. 2015. № 12 (Том CIX). С. 125-134.
106. Демографический энциклопедический словарь/ Гл. ред. Д.И. Валентей. — М.: Сов. энцикл., 1985 [Электронный ресурс] //

URL: <http://geography.su/demogr/item/f00/s01/e0001422/index.shtml> (дата обращения: 01.12.2023).

107. Дильтей В. Описательная психология / В. Дильтей. – М: Современный гуманитарный университет, 2001. 133 с.

108. Добровинская А.В. О мерах гражданско-правовой ответственности за нарушение законодательства о защите конкуренции // Журнал предпринимательского и корпоративного права. 2019. № 3. С. 54-59.

109. Договор с маркизом Кармартеном. [1698 г., апреля 16]. Электронная библиотека исторических документов [Электронный ресурс] // URL: <https://docs.historyrussia.org/ru/nodes/335598-dogovor-s-markizom-karmartenom-1698-g-aprelya-16#mode/inspect/page/2/zoom/4> (дата обращения: 01.12.2023).

110. Дозорцев В.А. Интеллектуальные права: Понятие. Система. Задачи кодификации: сборник статей / В. А. Дозорцев; Исслед. центр частного права им. С. С. Алексеева при Президенте РФ. – 2-е изд. – М.: Статут, 2023. 416 с.

111. Доманжо В.П. Вопрос об ответственности за вред, причиненный при осуществлении права, в проекте нашего гражданского уложения // Сборник статей по гражданскому и торговому праву: памяти профессора Габриэля Феликсовича Шершеневича. – Москва: Издание бр. Башмаковых, 1915. С. 319-339.

112. Домшенко В.Г. Групповые иски о взыскании убытков в связи с антимонопольными правонарушениями / в монографии Групповые иски : сложности и перспективы : [коллективная монография] / В.В. Ярков, Е.В. Кудрявцева, Ю.В. Тай [и др.]; под ред. В.Г. Домшенко. – Москва: Статут, 2025. С. 152-181.

113. Дотдаева О.Н. К вопросу о понятии и структуре конституционно-правового статуса // Труды Института государства и права Российской академии наук. 2013. № 2. С. 25-39.

114. Дурново Н.А. Злоупотребление правом как особый вид правового поведения: теоретико-правовой анализ: дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.01. Н. Новгород, 2006. 170 с.

115. Егорова М.А. Доминирующее положение хозяйствующего субъекта как правовой аналог его рыночной власти // Юрист. 2016. № 1. С. 5-13.
116. Егорова М.А. Злоупотребление доминирующим положением как частный случай злоупотребления правом // Lex russica. 2018. № 4. С. 70-80.
117. Егорова М.А. Компенсация как альтернативная мера возмещения убытков, возникших в результате нарушения антимонопольного законодательства // Юрист. 2015. № 1. С. 8-14.
118. Егорова М.А. Особенности зарубежного опыта применения солидарной ответственности при коллективном нарушении антимонопольного законодательства // Предпринимательское право. 2024. № 1. С. 25-27.
119. Егорова М.А., Петров Д.А., Попондопуло В.Ф. Цифровая (платформенная) экономика в свете антимонопольного регулирования (сетевой эффект, цифровая платформа, запрет монополистической деятельности) // Конкурентное право. 2024. № 1. С. 2-5.
120. Еременко В.И. О правовой охране торговых секретов за рубежом // ИС. Промышленная собственность. 2022. № 7. С. 5-21.
121. Ефремова Т.Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный [Электронный ресурс] // URL: https://www.efremova.info/word/platforma.html#.Y_u6NC1c7_Q (дата обращения: 01.04.2023).
122. Жмулина Д.А. Электронная торговля посредством цифровых платформ: тенденции и перспективы // Конкурентное право. 2023. № 4. С. 17-19.
123. Зайнашева З.Г., Мешкова Н.Г. Современные критерии оценки качества и доступности предоставления государственных услуг // Экономика качества. 2015. № 1(9). С. 40-50.
124. Зенин И.А., Блинова Л.Г. Классический монополизм, легальная монополия на охраняемые результаты интеллектуальной деятельности и фактическая монополия на ноу-хау // Право интеллектуальной собственности. 2013. № 2. С. 8-9.

125. Иванов А.Ю. Мифы о легальной монополии, или сказ о том, почему в России не развиваются инновации при упорной охране интеллектуальной собственности // Закон. 2020. № 2. С. 86-102.

126. Иванов А.Ю., Доценко А.В. Антимонопольное регулирование, цифровые платформы и инновации: дело Google и выработка подходов к защите конкуренции в цифровой среде // Закон. 2016. № 2. С. 31-45.

127. Иващенко Н.С., Зернова Л.Е., Мишаков В.Ю. Бизнес-экосистема как форма ведения бизнеса: виды, принципы партнерства и направления развития в текстильной промышленности // Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. 2022. № 1 (397). С. 38-42.

128. Иоффе О.С. Избранные труды по гражданскому праву: Из истории цивилистической мысли. Гражданское правоотношение. Критика теории «хозяйственного права». – 4-е изд. – Москва: Статут, 2020. 782 с.

129. Иоффе О.С. Ответственность по советскому гражданскому праву: автореф. дис. на соиск. учен. степ. доктора юрид. наук / Иоффе Олимпиад Соломонович – ; Ленинградский государственный университет им. А.А. Жданова. – Л., 1954. 37 с.

130. Исаков В.Б. Юридические факты в советском праве. – М.: Юридическая литература, 1984. 144 с.

131. Исключительные права не должны давать никаких преимуществ при обращении товаров [Интервью с С.А. Пузыревским] // Вестник Арбитражного суда Московского округа. 2015. № 3. С. 4-16.

132. Истомин В.Г. Групповые иски по делам о защите конкуренции в США и Великобритании и перспективы их развития в России // Актуальные проблемы российского права. 2022. Т. 17. № 9 (142). С. 185. С. 174-186.

133. Истомин В.Г. Интеллектуальные права и антимонопольное регулирование: оценка допустимости и пределов антимонопольных иммунитетов в контексте обеспечения баланса интересов // Журнал российского права. 2019. № 12. С. 102-112.

134. Ищенко М.В. Цифровая экономика в теоретическом аспекте // Вестник Сибирского института бизнеса и информационных технологий. 2020. № 4(36). С. 20-26.
135. Кабацкая Е.А. Цифровая платформа в сфере судебной деятельности: понятие, признаки, обеспечение надлежащего функционирования // Российский судья. 2024. № 8. С. 36-40.
136. Каленов О.Е. Цифровые экосистемы организаций // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. 2022. № 1. С. 139-147.
137. Каминка А.И. Очерки торгового права / Проф. А.И. Каминка. Вып. 1. – Санкт-Петербург: изд. юрид. кн. скл. «Право». 1911. 437 с.
138. Карелина С.А. Правовые проблемы обеспечения баланса интересов участников отношений несостоятельности (банкротства): тенденции правоприменения // Предпринимательское право. 2024. № 2. С. 40-47.
139. Карцхия А.А. Цифровые технологические (онлайн) платформы: российский и зарубежный опыт регулирования // Гражданское право. 2019. № 3. С. 25-28.
140. Кирсанова Е.Е. Правовое регулирование оборота прав на результаты интеллектуальной деятельности в цифровой экономике: монография. М.: Юстицинформ, 2022. 228 с.
141. Клейн Н.И. Антимонопольное законодательство и законодательство о естественных монополиях: проблемы применения и дальнейшего совершенствования // Право и экономика. 1998. № 1. С.65-76.
142. Князева И.В. Институциональный дизайн Порядка 220 в отношении цифровых и классических рынков // Современная конкуренция. 2023. Том 17. № 6. С. 5-17.
143. Князева И.В. Экономический анализ «цифровых» товарных рынков. Минск-Новосибирск, 2019 [Электронный ресурс] // URL: <https://competitionsupport.com/wp-content/uploads/2019/11/KnyazevaMinsk2019.pdf> (дата обращения: 30.04.2024).

144. Князева И.В. Проблемные положения и рекомендации по использованию теста гипотетического монополиста (SSNIP-тест) для анализа дел, связанных с односторонним поведением компаний // Конкурентное право. 2016. № 2. С. 3-10.

145. Князева И.В., Заикин Н.Н. Понятия «рыночная власть», «переговорная сила покупателя» и их использование в практике антимонопольного регулирования для оценки конкурентных условий рынка (анализ научных дискуссий) // Российское конкурентное право и экономика. 2022. SpV. С. 12-18.

146. Кожемякин Д.В., Миронова С.М. Антимонопольные аспекты деятельности операторов цифровых платформ в гиг-экономике // Закон. 2024. № 3. С. 150-159.

147. Козлова Н.В., Суханова Н.В., Ворожевич А.С., Алешковский И.А. Цифровая трансформация в контексте приоритетов государственной научно-технической политики и вопросы совершенствования правового регулирования цифровой экономики в Российской Федерации // Предпринимательское право. 2020. № 4. С. 3-16.

148. Колоткина О.А. Теория государства и права : учебное пособие / О.А. Колоткина, А.С. Морозова, И.Д. Ягофарова. — Москва : ИНФРА-М, 2021. 406 с. (Высшее образование: Бакалавриат).

149. Конкурентное право: учебник / под общ. ред. М.А. Егоровой, А.Ю. Кинева. М.: Юстицинформ, 2018. 628 с.

150. Конопатов С.Н., Салиенко Н.В. Анализ бизнес-моделей на основе платформ // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия Экономика и экологический менеджмент. 2018. № 1. С. 21-32.

151. Король Н.Г., Курдин А.А., Моросанова А.А. Экономические основы конкурентной политики в сфере цифровых экосистем, 2021 [Электронный ресурс] // URL: <https://repec.ranepa.ru/rnp/wpaper/w2022049.pdf> (01.12.2023).

152. Кравченко О.Ю. Публичные и частные интересы в праве: политико-правовое исследование: автореф. дис. ... канд. юрид. наук. — Казань, 2004. 156 с.

153. Краснова С.А. Гражданско-правовой статус операторов онлайн-платформ: неопределенное настоящее и возможное будущее // Имущественные отношения в Российской Федерации. 2022. № 1. С. 67-82; № 2. С. 76-86.

154. Крючков О.А. Сущность категории качества услуг // Дайджест-финансы. 2005. №1 (121). С. 45-50.

155. Кузнецова Е.А., Кот М.Ю. Российские «интеллектуальные иммунитеты» в условиях Евразийского экономического союза // Российское конкурентное право и экономика. 2019. № 3 (19). С. 22-27.

156. Курдин А.А. Регулирование цифровых экосистем в рамках конкурентной политики: экономико-правовой подход // Научные исследования экономического факультета. Электронный журнал. 2021. Том 13. Выпуск. С. 7-20.

157. Лapidус Л.В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : учебник / Л.В. Лapidус. – Москва: ИНФРА-М, 2023. 479 с.

158. Леваков А.П. Соотношение рыночной власти и переговорной силы: терминология и проблематика для цифровых платформ // Научные исследования экономического факультета. Электронный журнал. 2024. Том 16. Выпуск 4 (54). С. 24-47.

159. Лейст О.Э. Санкции и ответственность по советскому праву (теоретические проблемы). М., Изд-во МГУ, 1981. 240 с.

160. Лескова Ю.Г. Тенденции развития социальных функций саморегулируемых организаций в сфере строительства: проблемы законодательного регулирования // Юридический вестник Самарского университета. 2018. Том 4. № 3. С. 47-52.

161. Линец А.А. Проблемы квалификации отношений, складывающихся в рамках гиг-занятости // Трудовое право в России и за рубежом. 2021. № 3. С. 14-16.

162. Липинский Д.А. Позитивная юридическая ответственность: за и против (часть 1) // Право и политика. 2005. № 11. С. 9-18.

163. Липинский Д.А. Позитивная юридическая ответственность: за и против. Ч. 2 // Право и политика. 2005. № 12. С. 21-32.

164. Лобанов Р.М. Шаг вперед, два шага назад в вопросах защиты группы лиц в российском праве // Юрист. 2019. № 6. С. 59-62.
165. Луценко С.И. Единая цифровая платформа как стратегический ресурс государственного управления // Цифровая экономика. 2020. № 9. С. 86-90.
166. Лушников А.М. Цифровизация трудового права и трудовые отношения // Закон. 2022. № 10. С. 28-37.
167. Лялькова С.П., Наумов В.Б. Интеллектуальная собственность и конкуренция: единство и борьба противоположностей // Государство и право. 2021. № 2. С. 83-94.
168. Мазуренко В.А. Доминирующее положение как признак стратегического значения хозяйственного общества // Актуальные проблемы российского права. 2021. № 11. С. 99-106.
169. Макафи Э. Машина, платформа, толпа. Наше цифровое будущее: Эндрю Макафи, Эрик Бриньолфсон пер. с англ. А. Поникарова. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019. 320 с.
170. Мальцев А.А. От третьей промышленной революции — к четвертой (сравнительный обзор концепций) // AlterEconomics. 2022. Т. 19. № 1. 131-146.
171. Малыгина А.Н. Институт принудительного лицензирования в патентном праве РФ // Журнал Суда по интеллектуальным правам. 2021. № 1 (31). С. 23-32.
172. Маркова В.Д. Платформенные модели бизнеса: подходы к созданию // Всероссийский экономический журнал ЭКО. 2019. №5. С. 106-123.
173. Маслов А.О. Антимонопольные требования к функционированию цифровых платформ: правовой аспект: дис. ... канд. юрид. наук. М., 2023. 196 с.
174. Маслов А.О. Современные концепции рыночной власти в конкурентном праве: российский и зарубежный опыт // Российское конкурентное право и экономика. 2024. № 1. С. 34-42.
175. Матузов Н.И. Теория государства и права: учебник / Н.И. Матузов, А.В. Малько. 5-е изд. М.: Дело, 2020. 528 с.

176. Матузов Н.И., Малько А.В. Теория государства и права: Учебник. – М.: Издательство «Юристъ», 2004. 245 с.
177. Моазед А. Платформа: Практическое применение революционной бизнес-модели / Алекс Моазед, Николас Джонсон; Пер. с аегл. – М.: Альпина Паблишер, 2019. 288 с.
178. Молчанов А.В., Лобанов Р.М. Возмещение убытков, причиненных нарушением антимонопольного законодательства // Журнал предпринимательского и корпоративного права. 2018. № 4. С. 42-47.
179. Морозова Л.А. Теория государства и права: учебник / Л.А. Морозова. – 6-е изд., перераб. и доп. – Москва: Норма: ИНФРА-М, 2024. 464 с.
180. Муллина Ю.Н. Контроль за несправедливыми договорными условиями: российское право в сравнительно-правовой перспективе / в сборнике Опыты цивилистического исследования: Сборник статей / Д.В. Гудков, И.И. Зикун, А.А. Зябликов и др.; рук. авт. кол. и отв. ред. А.М. Ширвиндт, Н.Б. Щербаков. М.: Статут, 2016. С. 196-224.
181. Наумов А.Е. Злоупотребление правом: теоретико-правовой аспект: дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.01 / Наумов Александр Евгеньевич; [Место защиты: Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова]. – Москва, 2010. 144 с.
182. Никонова А.А. Время как ресурс и/или как мудрость жизни // Вестник Санкт-Петербургского университета. Международные отношения. 2009. Сер. 6. Вып. 4. С. 81-86.
183. Новиков В.А. Рыночная власть фирмы: природа и формы проявления: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.01. Москва, 2005. 179 с.
184. Новикова Ю.С. К вопросу о концепции общерегулятивных правоотношений // Вестник Челябинского государственного университета. 2015. № 25 (380). Право. Вып. 45. С. 15-19.
185. Овакимян К.Б. История правового регулирования государственного контроля за экономической концентрации в США // Вестник Университета имени О.Е. Кутафина. 2017. № 9. С. 126-136.

186. Овчинников А.И., Фатхи В.И. Право и цифровая экономика: основные направления взаимодействия // Философия права. 2018. № 3(86). С. 128-134.
187. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений / Российская академия наук. Институт русского языка им. В.В. Виноградова. – 4-е изд., дополненное. – М.: А ТЕМП, 2004. 939 с.
188. Орехова С.В., Ярошевич Н.Ю. Экосистемы и новая конкуренция: феномен «яйца и курицы» // Вопросы управления. 2022. № 2 (75). С. 34-48.
189. Павлова Е.Е., Калятин В.О., Суспицына М.В. Гражданско-правовое и антимонопольное регулирование исключительных прав: инструмент на выбор? // Конкуренция и право. 2013. № 4. С. 50-60.
190. Паращук С.А. Доминирующее положение хозяйствующего субъекта как базовая категория законодательства о защите конкуренции // Предпринимательское право. 2014. № 2. С. 46-53.
191. Паращук С.А. Монополия и монополизация: регламентация в российском праве // Юрист. 2017. № 1. С. 29-34.
192. Паращук С.А. Понятие и виды монополий по законодательству России // в сборнике Актуальные вопросы современного конкурентного права. Сборник научных трудов / М.А. Акимова, А.В. Белицкая, В.С. Белых и др.; отв. ред. М.А. Егорова. М.: Юстицинформ, 2017. Вып. 1. С. 211-228.
193. Паращук С.А. Понятие конкуренции как общественного блага по российскому правопорядку // Правовое регулирование экономических отношений в современных условиях развития цифровой экономики: монография / А.В. Белицкая, В.С. Белых, О.А. Беляева и др.; отв. ред. В.А. Вайпан, М.А. Егорова. М.: Юстицинформ, 2019. С. 272-286.
194. Петров Д.А. Конкуренция и конкурентная политика в условиях цифровизации экономики // Право и цифровая экономика. 2022. № 1. С. 5-13.
195. Петров Д.А. Рыночная власть и переговорная сила как категории антимонопольного регулирования // Конкурентное право. 2021. № 1. С. 4-7.
196. Петров М.В., Буров В.В., Шклярчук М.С., Шаров А.В. Государство как платформа. (Кибер) Государство для цифровой экономики. Цифровая

трансформация [Электронный ресурс] // URL: <https://www.csr.ru/upload/iblock/313/3132b2de9ccefd0db1eecd56071b98f5f.pdf> (дата обращения: 04.04.2023).

197. Писенко К.А. Административные процедуры неюрисдикционной публично-властной деятельности антимонопольного органа: Монография. М.: РУДН, 2012. 161 с.

198. Писенко К.А., Бадмаев Б.Г., Казарян К.В. Антимонопольное (конкурентное) право: учебник [Электронный ресурс] // URL: <https://cloud.consultant.ru/cloud/cgi/online.cgi?req=doc&base=CMB&n=17801#2riAOTUuGi0cQ8zm1> (дата обращения: 21.05.2024).

199. Платформенная экономика в России: потенциал развития: аналитический доклад / Г.И. Абдрахманова, Л.М. Гохберг, А.В. Демьянова и др.; под ред. Л.М. Гохберга, Б.М. Глазкова, П.Б. Рудника, Г.И. Абдрахмановой; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: ИСИЭЗ ВШЭ, 2023. 72 с.

200. Пожидаев Р.Г. Особенности бизнес-моделей цифровых платформ // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2022. № 3. С. 144-158.

201. Покровский И.А. Основные проблемы гражданского права. – 8-е изд. – Москва: Статут, 2020. 351 с. (Классика российской цивилистики.)

202. Попондопуло В.Ф., Петров Д.А., Силина Е.В. Проблемы правовой защиты экономической конкуренции в условиях цифровизации экономики // Конкурентное право. 2019. № 3. С. 7-11.

203. Право интеллектуальной собственности: учебник / Е.В. Бадулина, Д.А. Гаврилов, Е.С. Гринь и др.; под общ. ред. Л.А. Новоселовой. М.: Статут, 2017. Т. 1: Общие положения [Электронный ресурс] // URL: <https://cloud.consultant.ru/cloud/cgi/online.cgi?req=doc&rnd=YKiLTg&base=CMB&n=18365#WaYysHUyPcUjTFpn> (дата обращения: 15.05.2024).

204. Правовое регулирование экономических отношений в современных условиях развития цифровой экономики: монография / А.В. Белицкая, В.С. Белых,

О.А. Беляева и др.; отв. ред. В.А. Вайпан, М.А. Егорова. М.: Юстицинформ, 2019. 376 с.

205. Предпринимательское право России: итоги, тенденции и пути развития: монография, коллектив авторов / МГУ имени М.В. Ломоносова / отв. ред. Е.П. Губин. М.: Юстицинформ, 2019. 664 с.

206. Предпринимательское право Российской Федерации: Учебник / Е.Г. Афанасьева, А.В. Белицкая, В.А. Вайпан и др.; отв. ред. Е.П. Губин, П.Г. Лахно. 3-е изд., перераб. и доп. М.: НОРМА, ИНФРА-М, 2017. 992 с.

207. Предпринимательское право Российской Федерации: учебник / отв. ред. Е.П. Губин, П.Г. Лахно. 3-е изд., перераб. и доп. – М.: НОРМА, ИНФРА-М, 2020. 992 с.

208. Прокопенко З.В. Многосторонние рынки в условиях новой цифровой реальности // Многополярная глобализация и Россия: материалы VIII Международной научно-практической конференции памяти А.Ю. Архипова. Ростов-на-Дону – Таганрог. 2021. С. 253-258.

209. Пузыревский С.А. Антимонопольное регулирование в современных условиях // Российское конкурентное право и экономика. 2023. № 2 (34). С. 8-15.

210. Пузыревский С.А. К вопросу об отмене антимонопольных иммунитетов в отношении интеллектуальной собственности // Юрист. 2024. № 11. С. 39-45.

211. Рассказов Л.П. Теория государства и права: учебник для вузов / Л.П. Рассказов. 8-е изд. – Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2024. 488 с.

212. Рыженков А.Я. Право и монополии в современной России: Монография. М.: Юстицинформ, 2017. 208 с.

213. Рыженков А.Я. Правовая природа антимонопольной ответственности // Конкуренция и право. 2015. № 5. С. 53-58.

214. Рыжкова М.В. Концептуализация феномена «цифровая платформа»: рынок или бизнес? // Вестник Томского государственного университета. Экономика. 2019. № 47. С. 48-66.

215. Савицкая Е.В. Экономический анализ современных рынков [Текст]: учеб. пособие / Е.В. Савицкая, Е.В. Лебединская; Гос. ун-т – Высшая школа экономики. – 2 -е изд. – М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2008. 212 с.
216. Санникова Л.В., Харитонов Ю.С. Цифровые активы: правовой анализ: монография. Москва: 4 Принт, 2020. 304 с.
217. Серегин Д.И. Конкурентное право России: история, современное состояние и перспективы развития // Российское конкурентное право и экономика. 2020. № 2. С. 6-15.
218. Серегин Д.И. Становление законодательства о защите конкуренции в России // Вестник Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА). 2017. № 9. С. 29-37.
219. Символоков О.А. Применение арбитражными судами антимонопольного законодательства по делам об антиконкурентных соглашениях // Журнал российского права. 2021. № 11. С. 133-149.
220. Сينيцын С.А. Гражданское право в современных социально-экономических условиях // Журнал российского права. 2021. № 1. С. 8-15.
221. Сينيцын С.А. Владение и владельческая защита в гражданском праве государств континентальной Европы. М.: Статут, 2012. 224 с. // СПС «КонсультантПлюс».
222. Сينيцын С.А. Защита интересов слабой стороны договора: исключение из принципа относительности договорных обязательств как проявление тенденции социализации в развитии современного гражданского законодательства? // Адвокат. 2015. № 10. С. 14-21.
223. Сينيцын С.А. Злоупотребление правом: от общего к частному (на примере патентных прав) // Вестник гражданского права. 2022. № 6. С. 55-97.
224. Соколова Е.В. Теоретические основы формирования конкурентной политики // Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент. 2012. № 4. С. 89-100.
225. Стырин Е.М., Дмитриева Н.Е. Государственные цифровые платформы: формирование и развитие [Текст] / Е.М. Стырин, Н.Е. Дмитриева;

Нац. Исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2021. 192 с.

226. Скловский К.И. Собственность в гражданском праве. 6-е изд., испр. и доп. Москва: Статут, 2023. 894 с.

227. Суханов Е.А. Гражданское право: учебник: в 4 т. / отв. ред. Е.А. Суханов. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Статус, 2019. Т. I.: Общая часть. 576 с.

228. Суханов Е.А. Гражданское право: учебник : в 4 т. / отв. ред. Е.А. Суханов. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Статут, 2019. Т. II. Вещное право. Наследственное право. Интеллектуальные права. Личные неимущественные права. 464 с.

229. Суханов Е.А. Понятие недвижимости в законопроекте о вещном праве / Проблемы осуществления и защиты гражданских прав : сборник статей к 100-летию со дня рождения профессора В.П. Грибанова / отв. ред. Е. А. Суханов и А. Е. Шерстобитов ; Московский гос. ун-т им. М.В. Ломоносова, юрид. фак., кафедра гражданского права. – Москва : Статут, 2021. С. 58-71.

230. Сухарева М.А., Чурзина И.В. Эволюция модели экономического поведения человека в условиях цифровой трансформации // Вестник Московского университета. Серия 21. Управление (государство и общество). 2024. Т. 21. № 2. С. 37-54.

231. Сыроева Е.В. Влияние качества товаров и услуг на конкурентоспособность организации // Финансовые рынки и банки. 2023. № 3. С. 4-7.

232. Тархов В. А. Гражданское право. Общая часть. Курс лекций, г. Чебоксары: Чув. кн. изд-во, 1997. 331 с.

233. Толковый словарь русского языка / Под ред. Д.Н. Ушакова [Электронный ресурс] // URL: <https://ushakovdictionary.ru/word.php?wordid=48876> (дата обращения: 01.04.2023).

234. Толковый словарь русского языка / Под ред. Д.Н. Ушакова. — М.: Гос. ин-т «Сов. энцикл.»; ОГИЗ; Гос. изд-во иностр. и нац. слов., 1935-1940. Т.1. 1562 с.

235. Толстой Ю.К. К теории правоотношения. — Л.: Издательство Ленинградского Университета, 1959. 88 с.

236. Томсинов В.А. Понятие юридической науки и ее роль в развитии и функционировании права. Доклад на заседании Круглого стола кафедры теории государства и права и политологии юридического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова и журнала «Государство и право», посвященного обсуждению включенного в программу магистерского обучения курса «История и методология юридической науки» // Государство и право. 2016. № 4. С. 10-13.

237. Тотьев К.Ю. Конкурентное право: учебное пособие. — М.: Контракт; Инфра-М, 2000. 117 с.

238. Третьяков С.В. Д.М. Генкин, дискуссия об абсолютных правах вне правоотношений и некоторые вопросы классификации субъективных гражданских прав // Вестник гражданского права. 2022. № 4. С. 151-188.

239. Трубецкой Е.Н. Труды по философии права / Вступ. ст., сост. и примеч. И.И. Евлампиева. — СПб.: Издательство РХГИ, 2001. 543 с.

240. Халфина Р.О. Общее учение о правоотношении. — М: Юридическая литература, 1974. 351 с.

241. Харитонов Ю.С. Автономия цифровых платформ генеративного искусственного интеллекта в регулировании отношений с пользователями // Актуальные проблемы российского права. 2024. № 8. С. 66-75.

242. Харитонов Ю.С. Обычай в регулировании отношений с использованием цифровых платформ // Право и бизнес. 2024. № 2. С. 2-9.

243. Харитонов Ю.С., Ян Т. Рекомендательные системы: выработка правовых подходов в России и Китае // Предпринимательское право. 2022. № 2. С. 50-58.

244. Хохлов Е.С. Доминирующее положение хозяйствующего субъекта в конкурентном праве: дис. ... канд. юрид. наук. М., 2023. 298 с.

245. Хохлов Е.С. Права хозяйствующих субъектов, занимающих доминирующее положение // Конкурентное право. 2017. № 2. С. 33-36.

246. Хохлов Е.С. Понятие доминирующего положения хозяйствующего субъекта в конкурентном праве / в монографии: Конкуренция в рыночной экономике: пределы свободы и ограничений: монография / А.А. Амангельды, О.А. Беляева, А.Н. Варламова и др.; отв. ред. А.В. Габов. М.: ИЗиСП, Юриспруденция, 2016. С. 147-161.

247. Черепяхин Б.Б. К вопросу о частном и публичном праве / Б.Б. Черепяхин, проф. Гос. Иркут. ун-та. – Иркутск: [Иркут. 1-я Гос. типо-лит.], 1926. 28 с.

248. Шаститко А.Е. Защита конкуренции и интеллектуальной собственности: прагматические фильтры в междисциплинарном дискурсе / в сборнике Актуальные вопросы современного конкурентного права. Сборник научных трудов / А.В. Белицкая, В.А. Вайпан, О.А. Городов и др.; отв. ред. М.А. Егорова. М.: Юстицинформ, 2018. Вып. 2. С. 99-109.

249. Шаститко А.Е. Рыночная власть коллективно доминирующих компаний в контексте применения антимонопольного законодательства // Научные исследования экономического факультета. Электронный журнал. 2010. № 2. С. 54-70.

250. Шаститко А.Е., Курдин А.А., Филиппова И.Н. Мезоинституты для цифровых экосистем // Вопросы экономики. 2023. № 2. С. 61-82.

251. Шаститко А.Е., Маркова О.А. Агрегаторы вокруг нас: новая реальность и подходы к исследованию // Общественные науки и современность. 2017. № 4. С. 5-15.

252. Шаститко А.Е., Павлова Н.С. Переговорная сила и рыночная власть: варианты соотношения и выводы для политики // Журнал Новой экономической ассоциации. 2017. № 2 (34). С. 39-57.

253. Шваб К. Четвертая промышленная революция / К. Шваб — «Эксмо», 2016. 138 с.

254. Шерстобитов А.Е. Защита прав потребителей в современном российском гражданском праве // Журнал российского права. 2023. № 5. С. 116-125.

255. Шершеневич Г.Ф. Курс торгового права в 4 т. Том 1. Введение. Торговые деятели / Г.Ф. Шершеневич. — М.: Издательство Юрайт, 2023. 397 с.

256. Шершеневич Г.Ф. Учебник русского гражданского права. В 2 томах. Т. 2. Особенная часть / Г.Ф. Шершеневич. – Москва: Издательство Юрайт, 2024. 450 с.

257. Шиткина И.С., Бирюков Д.О. Искусственный интеллект: правовые аспекты // Право и экономика. 2023. № 11. С. 5-14; № 12. С. 5-15 // СПС «КонсультантПлюс».

258. Эльмурзаева Р.А., Скрыльникова Н.А. Бизнес-экосистемы на базе платформенных решений блокчейна // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2020. № 12. С. 646-656.

Правоприменительная практика

259. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 04.03.2021 № 2 «О некоторых вопросах, возникающих в связи с применением судами антимонопольного законодательства» // Бюллетень Верховного Суда РФ. № 5. Май, 2021.

260. Определение Арбитражного суда города Москвы от 18 декабря 2020 г. по делу № А40-155367/20 // URL: https://kad.arbitr.ru/Document/Pdf/29ad7bf5-7c56-4145-aff0-1f30d2856832/47e3bd32-958d-4c3b-8649-d354e52d2156/A40-155367-2020_20201218_Opredelenie.pdf?isAddStamp=True (дата обращения: 02.06.2024).

261. Постановление Девятого арбитражного апелляционного суда от 13.04.2022 № 09АП-15723/2022-ГК по делу № А40-152916/2021 [Электронный ресурс] // URL: <https://kad.arbitr.ru/Card/0070877a-2112-4925-b264-3c37cb530292> (дата обращения: 31.05.2024).

262. Постановление Президиума ВАС РФ от 13.12.2011 № 11132/11 по делу № А26-9462/2010 // Вестник ВАС РФ. 2012. № 5.

263. Постановление ФАС России № 9094/23 по делу № 025/04/9.21-1691/2023 [Электронный ресурс] // URL: <https://br.fas.gov.ru/to/primorskoe-ufas-rossii/bf0b6d08-495d-43f2-8ce2-02d131fa20a8> (дата обращения: 15.05.2024).

264. Предписание ФАС России № АД/115763/20 по делу № 11/01/10-41/2019 в отношении Booking.com от 29 декабря 2020 г. [Электронный ресурс] // URL: <https://br.fas.gov.ru/ca/upravlenie-regulirovaniya-svyazi-i-informatsionnyh-tehnologiy/84e7607f-8d6d-4d98-b479-bb2741d632cc/> (дата обращения: 15.05.2024).

265. Предупреждение ФАС России № МШ/8868/25 от 4 февраля 2025 г. о прекращении действий (бездействия), которые содержат признаки нарушения антимонопольного законодательства [Электронный ресурс] // URL: <https://br.fas.gov.ru/ca/upravlenie-regulirovaniya-svyazi-i-informatsionnyh-tehnologiy/6ba61d6f-747a-4293-9e8d-81a31890245c/> (дата обращения: 18.03.2025).

266. Решение Арбитражного суда г. Москвы от 15.12.2021 по делу № А40-138270/21 [Электронный ресурс] // URL: <https://kad.arbitr.ru/Card/c0c281cd-3ee5-4657-ae82-69110f4e44a6> (дата обращения: 31.05.2024).

267. Решение Арбитражного суда г. Москвы от 27.12.2021 по делу № А40-122521/2021 [Электронный ресурс] // URL: <https://kad.arbitr.ru/Card/a90596a2-3740-4dcc-a73b-45df9f29ad2e> (дата обращения: 31.05.2024).

268. Решение Арбитражного суда г. Москвы от 28.12.2021 по делу № А40-63512/21 [Электронный ресурс] // URL: <https://kad.arbitr.ru/Card/8c4c9ca3-b884-4bc6-bb4b-58f07d7b9ab5> (дата обращения: 31.05.2024).

269. Решение Арбитражного суда г. Москвы от 29.12.2021 по делу № А40-152907/2 [Электронный ресурс] // URL: <https://kad.arbitr.ru/Card/32849f82-2288-447a-9834-cf3fa0a96673> (дата обращения: 31.05.2024).

270. Решение и предписание ФАС России № АД/54066/15 по делу № 1-14-21/00-11-15 от 5 октября 2015 г. (дело Яндекс против Google Inc.) [Электронный ресурс] // URL: <https://br.fas.gov.ru/ca/upravlenie-regulirovaniya-svyazi-i-informatsionnyh-tehnologiy/ad-54066-15/> (дата обращения: 31.05.2024).

271. Решение ФАС России № АД/74808-ДСП/20 по делу № 11/01/10-24/2019 от 28 августа 2020 г. (АО «Лаборатория Касперского» против Apple Inc.) [Электронный ресурс] // URL: <https://br.fas.gov.ru/ca/upravlenie-regulirovaniya-svyazi-i-informatsionnyh-tehnologiy/b70e9d96-8d39-46f5-9d7d-342da95b354b/?query=apple> (дата обращения: 17.03.2025).

272. Решение ФАС России № 11/101943/23 по делу № 11/01/10-9/2023 от 04.12.2023 г. [Электронный ресурс] // URL: <https://br.fas.gov.ru/ca/upravlenie-regulirovaniya-svyazi-i-informatsionnyh-tehnologiy/f31b1090-bc4d-4b27-bac5-1a4f866f2454/> (дата обращения: 01.02.2024).

273. Решение ФАС России № АГ/1-10-119/00-11-18 по делу №1-10-119/00-11-18 от 6 июня 2019 г. (ПАО «МТС») [Электронный ресурс] // URL: <https://br.fas.gov.ru/ca/upravlenie-regulirovaniya-svyazi-i-informatsionnyh-tehnologiy/8a65d7b2-b645-4323-8788-6709551ad1cb/> (дата обращения: 31.05.2024).

274. Решение ФАС России № АГ/4087/20 по делу № 11/01/10-9/2019 (хх) от 23 января 2020 г. (дело Хэдхантер) [Электронный ресурс] // URL: <https://br.fas.gov.ru/ca/upravlenie-regulirovaniya-svyazi-i-informatsionnyh-tehnologiy/8e4961ce-3f9c-4b37-9f4b-b2804deec88/> (дата обращения: 31.05.2024).

275. Решение ФАС России № АД/115711-ДСП/20 по делу № 11/01/10-41/2019 от 29 декабря 2020 г. (дело Booking.com) [Электронный ресурс] // URL: <https://br.fas.gov.ru/ca/upravlenie-regulirovaniya-svyazi-i-informatsionnyh-tehnologiy/cdf15018-ef29-40e8-acbd-d39edc8aee39/> (дата обращения: 31.05.2024).

276. Решение ФАС России № ПИ/14439/22 по делу № 11/01/10-12/2021 от 24 февраля 2022 г. [Электронный ресурс] // URL: <https://br.fas.gov.ru/ca/upravlenie-regulirovaniya-svyazi-i-informatsionnyh-tehnologiy/030a28e3-c8d9-4129-b4ba-26c5013d9457/> (дата обращения: 02.06.2024).

277. Решение ФАС России № ПИ/71984-ДСП/22 по делу № 11/01/10-30/2021 от 29 июля 2022 г. [Электронный ресурс] // URL: <https://br.fas.gov.ru/ca/upravlenie-regulirovaniya-svyazi-i-informatsionnyh-tehnologiy/b9ebd434-8004-459a-b84e-92dc82683ce2/> (дата обращения: 31.05.2024).

278. Решение ФАС России № ПИ/55836-ДСП/22 по делу № 11/01/10-11/2021 от 8 июня 2022 г. (дело «о колдунщиках» против ООО «Яндекс») [Электронный ресурс] // URL: <https://br.fas.gov.ru/ca/upravlenie-regulirovaniya-svyazi-i-informatsionnyh-tehnologiy/c026e2e4-0945-462f-a69d-fa5c9de473bc/> (дата обращения: 17.03.2025).

279. Решение Арбитражного суда Московской области от 30.01.2025 по делу № А41-82468/2024 [Электронный ресурс] // URL: <https://kad.arbitr.ru/Card/58fb1a4e-8f05-4651-a156-da3727e98bee> (дата обращения: 17.03.2025).

280. Решение Арбитражного суда Московской области от 27.12.2024 по делу № А41-91974/2024 [Электронный ресурс] // URL: <https://kad.arbitr.ru/Card/3a1f4a9c-e6ae-4f38-bafd-54945abd73ae> (дата обращения: 17.03.2025).

281. Решение Арбитражного суда Московской области от 04.12.2023 по делу № А41-84317/2023 [Электронный ресурс] // URL: <https://kad.arbitr.ru/Card/db163d15-99a7-41bc-9229-1a1750a5f184> (дата обращения: 17.03.2025).

282. Решение ФАС России №11/91349-ДСП/24 Р по делу № 11/01/10-11/2024 о от 9 октября 2024 г. [Электронный ресурс] // URL: <https://br.fas.gov.ru/ca/upravlenie-regulirovaniya-svyazi-i-informatsionnyh-tehnologiy/510485ea-4a71-4ae1-8b31-7d7ad7c8c83d/> (дата обращения: 17.03.2025).

283. Постановление Арбитражного суда Московского округа от 03.10.2023 № Ф05-20031/2023 по делу № А40-231426/2022 [Электронный ресурс] // URL: <https://kad.arbitr.ru/Card/8d4ca979-b883-4c39-a853-8690f2dde996> (дата обращения: 17.03.2025).

284. Постановление Арбитражного суда Северо-Кавказского округа от 23.08.2016 № Ф08-5075/2016 по делу № А63-13153/2015 // URL: <https://kad.arbitr.ru/Card/88a0eb66-ba99-421e-8fe6-fb789dbf9e16> (дата обращения: 17.03.2025).

285. Решение Арбитражного суда Московской области от 13.06.2023 по делу № А41-25977/2023 [Электронный ресурс] // URL: <https://kad.arbitr.ru/Card/f63a706d-a0eb-4b21-90fb-cbee4dc6d380> (дата обращения: 17.03.2025).

286. Решение ФАС России №11/91349-ДСП/24 по делу № 11/01/10-11/2024 от 9 октября 2024 г. [Электронный ресурс] // URL: <https://br.fas.gov.ru/ca/upravlenie-regulirovaniya-svyazi-i-informatsionnyh-tehnologiy/510485ea-4a71-4ae1-8b31-7d7ad7c8c83d/> (дата обращения: 17.03.2025).

287. Заключение Палаты по патентным спорам от 14.10.2021 (Приложение к решению Роспатента от 11.11.2021 по заявке № 2019730127) «О государственной регистрации товарного знака» [Электронный ресурс] // URL: <https://cloud.consultant.ru/cloud/cgi/online.cgi?BASENODE=32874-3&req=doc&cacheid=99187744A159833ED3B0F8456B48ED6C&mode=fullsplus&rnd=DNsgw&base=RGSS&n=60878#KzDNq4Uw9Z8PWXH2> (дата обращения: 01.02.2024).

Нормативные правовые акты иностранных государств

288. Договор о функционировании Европейского Союза (Рим, 25 марта 1957 г.) (в редакции Лиссабонского договора 2007 г.) (2016/С 202/01) // URL: <http://base.garant.ru/71715364/> (дата обращения: 21.01.2024).

289. Договор об учреждении Европейского экономического сообщества 1957 г. (Римский договор 1957 г.) // URL: <http://docs.cntd.ru/document/901771692> (дата обращения: 21.01.2024).

290. Договор об учреждении Европейского объединения угля и стали 1951 г. // URL: <http://docs.cntd.ru/document/901771691> (дата обращения: 21.01.2024).

291. Закон Республики Узбекистан от 03.07.2023 г. № ЗРУ-850 «О защите конкуренции» [Электронный ресурс] // URL: <https://lex.uz/docs/6518383> (дата обращения: 13.03.2025).

292. Антимонопольный закон КНР с поправками от 24 июня 2022 г. (вступает в силу 1 августа 2022 г.) [Электронный ресурс] // URL: <https://bricscompetition.org/uploads/pages/antimonopolnyj-zakon-knr-v-redak-059e460f11.pdf> (дата обращения: 12.03.2025).

293. 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) [Электронный ресурс] // URL: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv%3AOJ.L_.2022.265.01.0001.01.ENG&toc=OJ%3AL%3A2022%3A265%3ATOC (дата обращения: 20.02.2025).

294. LOI n° 2015-990 du 6 août 2015 pour la croissance, l'activité et l'égalité des chances économiques (1) [Электронный ресурс] // URL: https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/article_jo/JORFARTI000030979755#:~:text=%C2%AB%20Les%20contrats%20entre%20h%C3%B4teliers%20et,vigueur%20de%20la%20m%C3%Aame%20loi.%20%C2%BB (дата обращения: 02.04.2024).

295. Regulation № 17. First Regulation implementing Articles 85 and 86 of the Treaty (1962) // URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:31962R0017&from=EN> (дата обращения: 21.01.2024).

296. Celler–Kefauver Act of 1950 [Электронный ресурс] // URL: <https://fraser.stlouisfed.org/title/celler-kefuver-anti-merger-act-5841> (дата обращения: 22.03.2022).

297. Robinson-Patman Act of 1936 [Электронный ресурс] // URL: <https://www.govinfo.gov/content/pkg/COMPS-12152/pdf/COMPS-12152.pdf> (дата обращения: 22.03.2022).

298. Sherman Anti-Trust Act of 1890 [Электронный ресурс] // URL: <https://www.ourdocuments.gov/doc.php?flash=false&doc=51&page=transcript> (дата обращения: 20.03.2024).

299. Merger Guidelines (1968). The United States Department of Justice Archives [Электронный ресурс] // URL: <https://www.justice.gov/archives/atr/1968-merger-guidelines> (дата обращения: 30.10.2023).

300. The Enactments of Justinian. The Code. Book IV [электронный ресурс] // URL: https://droitromain.univ-grenoble-alpes.fr/Anglica/CJ4_Scott.htm#59 (дата обращения: 10.09.2024).

Библиография на иностранном языке

301. Andreano R.L., Warner S.L. Professor Bain and Barriers to New Competition // The Journal of Industrial Economics. 1958. Vol. 7. № 1. P. 66-76.

302. Armstrong M. Competition in Two-Sided Markets // The RAND Journal of Economics. 2006. Vol. 37. № 3. P. 668-691.

303. Bain J.S. Barriers to New Competition. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1956. 329 p.

304. Bain J.S. Measurements of the Degree of Monopoly: A Note // Economica. 1943. Vol. 10. №. 37. P. 66.

305. Bain J.S. Workable Competition in Oligopoly: Theoretical Considerations and Some Empirical Evidence // American Economic Review. 1950. № 49. P. 15-39.

306. Baldwin C.Y., Woodard C.J. The Architecture of Platforms: A Unified View [Электронный ресурс] // URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1265155 (дата обращения: 02.04.2023).

307. Bamberger K.A., Lobel O. Platform Market Power // Berkeley Technology Law Journal. 2017. Vol. 32. P. 1051-1092.

308. Crane D. A. Chicago, Post-Chicago, and Neo-Chicago // The University of Chicago Law Review. 2009. Vol. 76. № 4. P. 1911-1933.

309. Djelic M.L., Quack S. Adaptation, Recombination and Reinforcement: The Story of Antitrust and Competition Law in Germany And Europe, 2005 [Электронный ресурс] // URL: https://www.researchgate.net/publication/328274136_Adaptation_Recombination

n_and_Reinforcement_The_Story_of_Antitrust_and_Competition_Law_in_Germany_And_Europe (дата обращения: 20.08.2023).

310. Douglas A. I. Tariffs and Growth in Late Nineteenth Century America // The World Economy. Blackwell Publishing. 2001. Vol. 24 (1). P. 1-28.

311. Dr. Gönenç Gürkaynak, O. Onur Özgümüş. Turkey/Türkiye: in Vertical Agreements and Dominant Firms. 2023. 7th edition / contributing editor: Charles F. (Rick) Rule Rule Garza Howley LLP. P. 125 [Электронный ресурс] // URL: <https://www.gurkaynak.av.tr/Content/dosya/1602/va23-chapter-14-turkey-29140-5346264.pdf> (дата обращения: 01.04.2024).

312. Easterbrook F.H. The Limits of Antitrust // Texas Law Review. 1984. Vol. 63. P. 1-41.

313. Eurich M., Burtscher M. The Business-to-Consumer Lock-in Effect [Электронный ресурс] // URL: <https://cambridgeservicealliance.eng.cam.ac.uk/system/files/documents/2014AugustPaperBusinesstoConsumerLockinEffect.pdf> (дата обращения: 01.05.2024).

314. Evans D.S. The Antitrust Economics of Multi-Sided Platform Markets // Yale Journal on Regulation. Vol. 20.325. 2003. P. 325-381.

315. Franck J.-U., Peitz M. Market Definition And Market Power in the Platform Economy. Centre on Regulation in Europe (CERRE). P. 73. [Электронный ресурс] // URL: https://cerre.eu/wp-content/uploads/2020/05/report_cerre_market_definition_market_power_platform_economy.pdf (дата обращения: 01.02.2024).

316. Hagiu A., Tat-How T., Wright J. Should Platforms Be Allowed to Sell on Their Own Marketplaces? // RAND Journal of Economics. 2022. Vol. 53. № 2. P.1-43.

317. Hay G. A. Market Power in Antitrust // Cornell Law Faculty Publications. 1992. Vol. 60. P. 807-827.

318. Höppner T. Data Exploiting As an Abuse of Dominance: The German Facebook Decision (February 28, 2019). Hausfeld Competition Bulletin. 1/2019 [Электронный ресурс] //

URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3345575 (дата обращения: 30.04.2024).

319. Hovenkamp H. Antitrust Error Costs // Univ. of Pennsylvania Journal of Business Law. 2022. Vol. 24. P. 293-349.

320. Huffman M. Marrying Neo-Chicago with Behavioral Antitrust // Antitrust Law Journal. 2012. Vol. 78. № 1. P. 105-145.

321. J.-C. Rochet, J. Tirole. Two-Sided Markets: An Overview [Электронный ресурс] // URL: https://web.mit.edu/14.271/www/rochet_tirole.pdf (дата обращения: 31.03.2023).

322. Kaplow L. Market Definition, Market Power // Harvard John M. Olin Discussion Paper Series Paper №826. May 2015. P. 1-29.

323. Katz M.L., Shapiro C. Network externalities, Competition, and Compatibility // The American Economic Review. 1985. Vol. 75. № 3. P. 424-440.

324. Katz M.L., Shapiro C. Systems Competition and Network Effects // Journal of Economic Perspectives. 1994. Vol. 8. № 2. P. 93-115.

325. Krattenmaker T.G., Lande R. H., Salop S. C. Monopoly Power and Market Power in Antitrust Law // Georgetown Law Journal. 1987. Vol. 76. № 241. P. 241-269.

326. Kronstein H. I. The Dynamics of German Cartels and Patents // The University of Chicago Law Review. 1942. P. 643-671.

327. Lerner A. P. The Concept of Monopoly and the Measurement of Monopoly Power // The Review of Economic Studies. 1934. №1(3). P. 157-175.

328. Marco Colino S. The Case Against Alibaba in China and Its Wider Policy Repercussions // Journal of Antitrust Enforcement. 2022. Vol. 10. P. 217-229.

329. Mason E.S. Monopoly in Law and Economics // The Yale Law Journal. 1937. Vol. 47, №. 1. P. 34-49.

330. Masyuk N.N., Temnova N.K. Platform Business Models As Objective Reality Of Digital Economy // Finance, Entrepreneurship and Technologies in Digital Economy. 2021. Vol 103. P. 589-595.

331. McConnell C.R. Economics: principles, problems, and policies / Campbell R. MacConnel, Stanley L. Brue, Sean M. Flynn. 20th ed. McGraw-Hill Education. 2014. 916 p.
332. Moore J.F. Predators and prey: a new ecology of competition // Harvard Business Review. 1993. № 71(3). P. 75-86.
333. Negroponte N. Being Digital (Alfred A. Knopf. New York, 1995)
[Электронный ресурс] // URL: <https://web.stanford.edu/class/sts175/NewFiles/Negroponte.%20Being%20Digital.pdf> (дата обращения: 20.02.2025).
334. Negroponte N. From Being Digital to Digital Beings // IBM Systems Journal. Vol. 39. Issue 3.4. 2000. Pp. 417-418.
335. Parker G.G., Alstyne M.W.V. Two-Sided Network Effects: A Theory of Information Product Design // Management Science. Vol 51. №. 10. P. 1494-1504.
336. Parker G.G., Alstyne M.W.V., Jiang X. Platform Ecosystems: How Developers Invert the Firm // MIS Quarterly. Vol. 41. №. 1. March 2017. P. 255-266.
337. Piraino Jr. T.A. Reconciling the Harvard and Chicago Schools: A New Antitrust Approach for the 21st Century // Indiana Law Journal. 2007. Vol. 82. Is. 2. Article 4. P. 345-409.
338. Podell D.M. The Evolution of the Essential Facilities Doctrine and Its Application to the Deregulation of the Natural Gas Industry // Tulsa Law Review. 1989. Vol. 4. № 4. P. 605-525.
339. Posner R.A., Landes W.M. Market Power in Antitrust Cases // Harvard Law Review. 1981. Vol. 94 (937). № 5. Pp. 937-996.
340. Robertson P. L., Langlois R.N. Innovation, Networks, and Vertical Integration // Research Policy. 1995. Vol. 24. № 4. P. 543-562.
341. Rublee G. The Original Plan and Early History of the Federal Trade Commission // Proceedings of the Academy of Political Science in the City of New York. 1926. Vol. 11. №. 4. Trade Associations and Business Combinations. P. 114-120.
342. Rysman M. The Economics of Two-Sided Markets // Journal of Economic Perspective. 2009. Vol. 23. № 3. P. 125-143.

343. Salop S.C. Dominant Digital Platforms: Is Antitrust Up to the Task? // Yale Law Journal Forum, Vol. 130, 2021. P. 563-587.

344. Sawyer L.P. U.S. Antitrust Law and Policy in Historical Perspective. Harvard Business School Working Paper. №. 19-110. May 2019. [электронный ресурс] // URL: <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=56116> (дата обращения: 15.03.2023).

345. Scholten S., Scholten U. Platform-based Innovation Management: Directing External Innovational Efforts in Platform Ecosystems [Электронный ресурс] // URL: <https://www.researchgate.net/publication/224182676> (дата обращения: 01.12.2023).

346. Schrepel T. Platforms or Aggregators: Implications for Digital Antitrust Law // Journal of European Competition Law and Practice. 2021. Vol. 12. №. 1. P. 1-3.

347. Schüler F., Petrik D. Measuring network effects of digital industrial platforms: towards a balanced platform performance management // Information Systems and e-Business Management. 2023. Vol.21. P. 863-911.

348. Seelen C.M. The Essential Facilities Doctrine: What Does It Mean To Be Essential? // Marquette Law Review. 1997. Vol. 80. № 1117. P. 1117-1133.

349. Sklar M. The Corporate Reconstruction of American Capitalism, 1890–1916: The Market, the Law, and Politics. New York: Cambridge University Press. 1988. 484 p.

350. Tirole J., Rochet J.C. Two-Sided Markets: An Overview [Электронный ресурс] // URL: https://web.mit.edu/14.271/www/rochet_tirole.pdf (дата обращения: 01.04.2023).

351. Tucker C. Network Effects and Market Power: What Have We Learned in the Last Decade [Электронный ресурс] // URL: <https://sites.bu.edu/tpri/files/2018/07/tucker-network-effects-antitrust2018.pdf> (дата обращения: 01.02.2024).

352. Walker A.H. The History of the Sherman Act. New York: The Equity Press, 1910. 320 p.

353. Whish R., Bailey D. Competition law: Oxford, Oxford University Press, 2012. 7th edition. 1015 p.

354. White L. J. Competition Policy in the United States: an Overview // Oxford Review of Economic Policy. 1993. Vol. 9. Is. 2. P. 133-153.

355. Yoffie D.B., Gawer A., Cusumano M.A. The Platform Organization [Электронный ресурс] // URL: <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=57978> (дата обращения: 01.04.2023).

356. Zutshi A., Nodehi T., Grilo A., Rizvanović B. The Evolution of Digital Platforms [Электронный ресурс] // URL: https://www.researchgate.net/publication/337368318_The_Evolution_of_Digital_Platforms (дата обращения: 31.03.2023).

Иностранная правоприменительная практика

357. Addyston Pipe & Steel Co. v. United States, 175 U.S. 211 (1899) [Электронный ресурс] // URL: <https://supreme.justia.com/cases/federal/us/175/211/> (дата обращения: 30.11.2023).

358. All India Online Vendors Association vs Competition Commission Of India & Ors on 4 March, 2020. National Company Law Appellate Tribunal. Case № 16 of 2019 [Электронный ресурс] // URL: <https://indiankanoon.org/doc/10883965/> (дата обращения: 01.05.2024).

359. All India Online Vendors Association vs Flipkart India Private Limited & Other on 6 November, 2018. Competition Commission of India. Case № 20 of 2018 [Электронный ресурс] // URL: <https://indiankanoon.org/doc/9878419/> (дата обращения: 01.05.2024).

360. American Tobacco Co. v. United States, 328 U.S. 781 (1946) [Электронный ресурс] // URL: <https://supreme.justia.com/cases/federal/us/328/781/#811> (дата обращения: 11.11.2023).

361. Apple Inc. v. Pepper, 587 U.S. (2019) [Электронный ресурс] // URL: <https://supreme.justia.com/cases/federal/us/587/17-204/> (дата обращения: 01.05.2024).

362. Aspen Skiing Co. v. Aspen Highlands Skiing Corp., 472 U.S. 585 (1985) [Электронный ресурс] // URL: <https://supreme.justia.com/cases/federal/us/472/585/> (дата обращения: 01.12.2023).

363. Bacchus Indus., Inc. v. Arvin Indus., Inc., 939 F.2d 887, 894 (10th Cir. 1991) [Электронный ресурс] // URL: <https://casetext.com/case/bacchus-industries-v-arvin-industries> (дата обращения: 01.12.2023).

364. Brown Shoe Co., Inc. v. United States, 370 U.S. 294 (1962) [Электронный ресурс] // URL: <https://supreme.justia.com/cases/federal/us/370/294/#F71> (дата обращения: 30.09.2023).

365. Bundesgerichtshof (Federal Court of Justice). 18.05.2019. KVR 54/20 [Электронный ресурс] // URL: https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/EN/Others/BGH_Entscheidung_Booking_EN.pdf?__blob=publicationFile&v=3 (дата обращения: 01.04.2024).

366. Bundeskartellamt prohibits Facebook from combining user data from different sources [Электронный ресурс] // URL: https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/EN/Pressemitteilungen/2019/07_02_2019_Facebook.html (дата обращения: 30.04.2024).

367. Bundeskartellamt. 15.02.2019. B6-22/16. Case Summary. Facebook, Exploitative business terms pursuant to Section 19(1) GWB for inadequate data processing [Электронный ресурс] // URL: https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Entscheidung/EN/Fallberichte/Missbrauchsaufsicht/2019/B6-22-16.pdf?__blob=publicationFile&v=3 (дата обращения: 30.04.2024).

368. Bundeskartellamt. 22.12.2015. № В 9-121/13. Administrative Proceedings Decision Pursuant to Sec. 32 (1) of the Act Against Restraints of Competition (GWB). Bundeskartellamt [Электронный ресурс] //

URL: https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Entscheidung/EN/Entscheidungen/Kartellverbot/B9-121-13.pdf?__blob=publicationFile&v=2 (дата обращения: 01.04.2024).

369. Bundeskartellamt. 22.12.2015. № В 9-121/13. Administrative Proceedings Decision Pursuant to Sec. 32 (1) of the Act Against Restraints of Competition (GWB). Bundeskartellamt [Электронный ресурс] // URL: https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Entscheidung/EN/Entscheidungen/Kartellverbot/B9-121-13.pdf?__blob=publicationFile&v=2 (дата обращения: 01.04.2024).

370. Colo. Interstate Gas Co. v. Natural Gas Pipeline Co. of Am., 885 F.2d 683, 694 (10th Cir. 1989) [Электронный ресурс] // URL: <https://casetext.com/case/colorado-interstate-gas-v-natural-gas> (дата обращения: 01.12.2023).

371. Deauville Corp. v. Federated Dep't Stores, Inc., 756 F.2d 1183, 1192 n.6 (5th Cir. 1985) [Электронный ресурс] // URL: <https://casetext.com/case/deauville-corp-v-federated-dept-stores> (дата обращения: 01.12.2023).

372. Decision of Turkish Competition Board dated by 09.06.2016 and numbered 16-20/347-156 [Электронный ресурс] // URL: <https://www.rekabet.gov.tr/Karar?kararId=0bd0157a-2b4d-43ce-85a3-2af821bb387b> (дата обращения: 02.04.2024).

373. Decision of Turkish Competition Board dated by 18.05.2022 and numbered 22-23/364-154 [Электронный ресурс] // URL: <https://www.rekabet.gov.tr/Karar?kararId=b6684eb6-1ca3-4551-945e-7487d0930393> (дата обращения: 02.04.2024).

374. Decision of Turkish Competition Board dated by 28.01.2021 and numbered 21-05/64-28 [Электронный ресурс] // URL: https://www.rekabet.gov.tr/Dosya/yemek-sepeti-karar_21-05-64-28-ingilizce-20240325111958783.pdf (дата обращения: 02.04.2024).

375. Diamond Match Co. v. Roeber, 106 N.Y. 473, 11 N.Y. St. Rptr. 47, 13 N.E. 419 (N.Y. 1887) [электронный ресурс] // <https://casetext.com/case/diamond-match-co-v-roeber> (дата обращения: 11.03.2024).

376. Domed Stadium Hotel, Inc. v. Holiday Inns, Inc., 732 F.2d 480, 490 (5th Cir. 1984) [Электронный ресурс] // URL: <https://casetext.com/case/domed-stadium-hotel-inc-v-holiday-inns-inc-2> (дата обращения: 01.12.2023)).

377. Epic Games, Inc. v. Apple Inc. Case No. 21-16506. D.C. No. 4:20-cv-05640-YGR. Summary, 24.04.2024 [Электронный ресурс] // URL: <https://cdn.ca9.uscourts.gov/datastore/opinions/2023/04/24/21-16506.pdf> (дата обращения: 30.04.2024).

378. Epic Games, Inc. v. Apple Inc. Case No. 4:20-cv-05640-YGR. Judgement. 10.09.2021 [Электронный ресурс] // URL: <https://cand.uscourts.gov/cases-e-filing/cases-of-interest/epic-games-inc-v-apple-inc/> (дата обращения: 30.04.2024).

379. Epic Games, Inc. v. Apple Inc. Case No. 4:20-cv-05640-YGR. Order Granting In Part And Denying In Part Motion For Temporary Restraining Order. 24.08.2020 [Электронный ресурс] // URL: <https://cand.uscourts.gov/cases-e-filing/cases-of-interest/epic-games-inc-v-apple-inc/> (дата обращения: 30.04.2024).

380. Epic Games, Inc. v. Google LLC, 3:20-cv-05671, (N.D. Cal. Aug 13, 2020). Complaint ECF No. 1 [Электронный ресурс] // URL: <https://www.courtlistener.com/docket/17443962/1/epic-games-inc-v-google-llc/> (дата обращения: 30.04.2024).

381. Epic Games, Inc. v. Google LLC. Case No. 3:20-cv-05671, (N.D. Cal. Dec 11, 2023). Jury Verdict ECF No. 606 [Электронный ресурс] // URL: <https://www.courtlistener.com/docket/17443962/606/epic-games-inc-v-google-llc/> (дата обращения: 30.04.2024).

382. European Commission. Commission Decision of 4.5.2017 relating to a proceeding under Article 102 of the Treaty on the Functioning of the European Union (TFEU) and Article 54 of the EEA Agreement. Case AT.40153 – E-book MFNs and related matters [Электронный ресурс] //

URL: https://ec.europa.eu/competition/antitrust/cases/dec_docs/40153/40153_4392_3.pdf; (дата обращения: 01.04.2024).

383. European Union v Google Inc., Alphabet Inc. Case AT.39740 (Google Search (Shopping) [Электронный ресурс] // URL: https://ec.europa.eu/competition/antitrust/cases/dec_docs/39740/39740_14996_3.pdf (дата обращения: 01.05.2024).

384. Europemballage Corporation and Continental Can Company Inc. v Commission of the European Communities. - Case 6-72. [Электронный ресурс] // URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A61972CJ0006> (дата обращения: 21.01.2023).

385. Federal Trade Commission (FTC). 15.03.2024. FTC Matter/File Number 1910129/1910130. Civil Action Number 2:23-cv-01495. Amazon.com, Inc. (Amazon eCommerce) [Электронный ресурс] // URL: <https://www.ftc.gov/legal-library/browse/cases-proceedings/1910129-1910130-amazoncom-inc-amazon-ecommerce> (дата обращения: 02.04.2024).

386. Hayden Publ'g Co., Inc. v. Cox Broad. Corp., 730 F.2d 64, 69 n.7 (2d Cir. 1984) [Электронный ресурс] // URL: <https://case-law.vlex.com/vid/hayden-pub-co-inc-889979721> (дата обращения: 01.12.2023).

387. Hecht v. Pro-Football, Inc., 312 F. Supp. 472 (D.D.C. 1970) [Электронный ресурс] // URL: <https://law.justia.com/cases/federal/district-courts/FSupp/312/472/1468853/> (дата обращения: 01.05.2024).

388. Hecht v. Pro-Football, Inc., 570 F.2d 982 (D.C. Cir. 1997) [Электронный ресурс] // URL: <https://casetext.com/case/hecht-v-pro-football-inc> (дата обращения: 01.12.2023).

389. Konkurrensverket (Swedish Competition Authority). 15.04.2015. Ref. №. 596/2013 [Электронный ресурс] // URL: https://www.konkurrensverket.se/globalassets/dokument/engelska-dokument/beslut/13_0596e.pdf (дата обращения: 01.04.2024).

390. MCI Communications Corp. v. AT&T Co., 708 F.2d 1081 (7th Cir. 1983) [Электронный ресурс] // URL: <https://law.justia.com/cases/federal/appellate-courts/F2/708/1081/330445/> (дата обращения: 01.05.2024).

391. Oberlandesgericht Düsseldorf (Düsseldorf Higher Regional Court). 04.06.2019. Kart 2/16 (V) [Электронный ресурс] // URL: http://www.justiz.nrw.de/nrwe/olgs/duesseldorf/j2019/Kart_2_16_V_Beschluss_20190604.html (дата обращения: 01.04.2024).

392. Patent- och marknadsöverdomstolen (The Swedish Patent and Market Court of Appeal). 09.05.2019. PMT 7779-18 [Электронный ресурс] // URL: <https://www.domstol.se/globalassets/filer/domstol/patentochmarknadsoverdomstolen/avgoranden/2019/pmt-7779-18.pdf> (дата обращения: 01.04.2024).

393. Patent- och marknadsdomstolen (The Swedish Patent and Market Court). 20.07.2018. PMT 13013-16 [Электронный ресурс] // URL: <https://static1.squarespace.com/static/58768bfadb29d6ab1b426233/t/5b56cef61ae6cf85cd3df883/1532415738509/180720+Visita+Booking.pdf> (дата обращения: 01.04.2024).

394. Standard Oil Co. Of New Jersey v. United States (1911) [Электронный ресурс] // URL: <https://www.law.cornell.edu/supremecourt/text/221/1> (дата обращения: 22.03.2023).

395. Supreme Court. Order List: 601 U.S. Tuesday, January 16, 2024. Certiorari Denied [Электронный ресурс] // URL: https://www.supremecourt.gov/orders/courtorders/011624zor_e1pf.pdf (дата обращения: 30.04.2024).

396. Swift & Co. v. United States, 196 U.S. 375 (1905) [Электронный ресурс] // URL: <https://supreme.justia.com/cases/federal/us/196/375/> (дата обращения: 11.11.2023).

397. Turkish Competition Board. Pronouncement of the Final Decision Regarding the Investigation about Meta Platforms Inc. (previously Facebook Inc.), Meta Platforms Ireland Limited (previously Facebook Ireland Limited), WhatsApp LLC and Madoka Turkey Bilişim Hizmetleri Ltd. Şti. According to Article 49 of the Act no 4054

on the Protection of Competition [Электронный ресурс] // URL: <https://www.rekabet.gov.tr/Dosya/meta-nihai-karar.pdf> (дата обращения: 30.04.2024).

398. United States District Court Northern District of California San Francisco. Case No. 3:21-md-02981-JD. In Re Google Play Store Antitrust Litigation. This Document Release To Epic Games, Inc. v. Google LLC et al., Case No. 3:20-cv-05671-JD. Statement of B. Douglas Bernheim. April 11, 2024. [Электронный ресурс] // URL: https://appliedantitrust.com/16_foreclosure/cases_private/epic_google2020/01_ndcalif/epic_google_ndcalif_inj_proposed_opp2024_05_02gentzkow.pdf (дата обращения: 01.08.2024).

399. United States v. Aluminum Co. of America, 148 F.2d 416 (2d Cir. 1945) [Электронный ресурс] // URL: <https://law.justia.com/cases/federal/appellate-courts/F2/148/416/1503668/> (дата обращения: 30.11.2023).

400. United States v. Apple, Inc., No. 13-3741 (2d Cir. 2015) [Электронный ресурс] // URL: <https://law.justia.com/cases/federal/appellate-courts/ca2/13-3741/13-3741-2015-06-30.html> (дата обращения: 01.12.2023).

401. United States v. Columbia Steel Co., 334 U.S. 495 (1948) [Электронный ресурс] // URL: <https://supreme.justia.com/cases/federal/us/334/495/> (дата обращения: 30.09.2023).

402. United States v. E. C. Knight Co., 156 U.S. 1 (1895) [Электронный ресурс] // URL: <https://supreme.justia.com/cases/federal/us/156/1/> (дата обращения: 30.11.2023).

403. United States v. E. I. du Pont de Nemours & Co (1956) [Электронный ресурс] // URL: <https://supreme.justia.com/cases/federal/us/351/377/> (дата обращения: 29.09.2023).

404. United States v. Paramount Pictures, Inc., 334 U.S. 131 (1948) [Электронный ресурс] // URL: <https://supreme.justia.com/cases/federal/us/334/131/> (дата обращения: 30.09.2023).

405. United States v. Philadelphia Nat'l Bank, 374 U.S. 321 (1963) [Электронный ресурс] // URL: <https://supreme.justia.com/cases/federal/us/374/321/> (дата обращения: 30.09.2023).

406. United States v. Reading Co. (1920) [Электронный ресурс] // URL: <https://casetext.com/case/united-states-v-reading-co> (дата обращения: 29.09.2023)).

407. United States v. Swift & Co., 286 U.S. 106 (1932) [Электронный ресурс] // URL: <https://supreme.justia.com/cases/federal/us/286/106/> (дата обращения: 11.11.2023)).

408. United States v. Terminal Railroad Ass'n, 224 U.S. 383 (1912) [Электронный ресурс] // URL: <https://supreme.justia.com/cases/federal/us/224/383/> (дата обращения: 01.12.2023)).

409. United States v. Von's Grocery Co., 384 U.S. 270 (1966) [Электронный ресурс] // URL: <https://supreme.justia.com/cases/federal/us/384/270/> (дата обращения: 30.09.2023).

410. United States v. Yellow Cab Co. (1947) [Электронный ресурс] // URL: <https://supreme.justia.com/cases/federal/us/332/218/> (дата обращения: 29.09.2023).

411. Whaleco Inc. v. Shein Technology LLC. U.S. District Court for the District of Columbia. Case № 1:23-cv-03706 (Filed Dec. 13, 2023) [Электронный ресурс] // URL: <https://www.courthousenews.com/wp-content/uploads/2023/12/temu-shein-lawsuit.pdf> (дата обращения: 30.04.2024).

412. Wolfire Games, LLC, et al., v. Valve Corp. Case №. C21-0563-JCC, ECF № 80 (W. D. Wash. May 6, 2022) [Электронный ресурс] // URL: <https://www.classaction.org/media/wolfire-games-llc-et-al-v-valve-corporation.pdf> (дата обращения: 07.04.2024).

Интернет-ресурсы

413. Ассоциация компаний Интернет-торговли (АКИТ). Рынок e-commerce по годам [Электронный ресурс] // URL: <https://akit.ru/analytics/analyt-data> (дата обращения: 20.02.2025).

414. АУРЭК обратилась в ФАС из-за новой методики расчета сервисного сбора в Ozon [Электронный ресурс] // URL: <https://www.vedomosti.ru/business/news/2024/03/28/1028592-aurek-fas-ozon> (дата обращения: 28.03.2025).

415. Договор для продавцов товаров на Платформе Ozon [Электронный ресурс] // URL: <https://seller-edu.ozon.ru/contract-for-sellers/contract-goods/contract-for-sell-goods-on-ozon> (дата обращения: 18.03.2025).

416. Договор на оказание услуг по размещению Товарных предложений и предоставлению функционала по заключению договоров и/или предварительному бронированию Товаров на Сервисе (Яндекс.Маркет) [Электронный ресурс] // URL: https://yandex.ru/legal/common_market_service_agreement/ru/ (дата обращения: 13.03.2025).

417. Единый реестр российских программ для ЭВМ и БД [Электронный ресурс] // URL: <https://reestr.digital.gov.ru> (дата обращения: 13.03.2025).

418. Единый государственный реестр юридических лиц [Электронный ресурс] // URL: <https://egrul.nalog.ru/index.html> (дата обращения: 18.03.2025).

419. Индекс цен упал на ФАС. Коммерсантъ» [Электронный ресурс] // URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6495918> (дата обращения: 30.04.2024).

420. Инклюзия должна соблюдаться по умолчанию»: как Яндекс делает сервисы доступными» [Электронный ресурс] // URL: <https://yandex.ru/jobs/blog/kto-delaet-inklyuziyu> (дата обращения: 02.06.2024).

421. Институт экономической политики им. Е.Т. Гайдара. Цифровые экосистемы в России: эволюция, типология, подходы к регулированию [Электронный ресурс] // URL: https://www.iep.ru/files/news/Issledovanie_jekosistem_Otchet.pdf (дата обращения: 01.02.2024).

422. Интервью Сергея Пузыревского информагентству «Интерфакс». Сергей Пузыревский рассказал о подготовке шестого антимонопольного пакета и о работе с маркетплейсами [Электронный ресурс] // URL: <https://fas.gov.ru/p/contents/2688> (дата обращения: 25.02.2025).

423. Лицензионное соглашение на использование программы «ozon.ru для iPhone» [Электронный ресурс] // URL: <https://docs.ozon.ru/common/pravila-prodayoi-i-rekvizity/litsenzionnoe-soglasenie-na-ispol-zovanie-programmy-ozon-ru-dlya-iphone/?country=RU> (дата обращения: 18.03.2025).

424. Маркетинговое исследование «Интернет-торговля в России 2021». DataInsight [Электронный ресурс] // URL: https://datainsight.ru/eCommerce_2021 (дата обращения: 30.04.2024).

425. Международный центр конкурентного права и политики БРИКС. Директор центра выступил на круглом столе «Антимонопольное регулирование в условиях цифровой экономики» [Электронный ресурс] // URL: <https://bricscompetition.org/ru/ournews/the-centres-director-spoke-at-the-roundtable-on-antimonopoly-regulation-in-the-digital-economy-in-kazan> (дата обращения: 30.04.2024).

426. МТС. Обзор трансформации экосистемы [Электронный ресурс] // URL: <https://ar2021.mts.ru/wp-content/uploads/2022/09/mts-ar2021-rus-ch2.pdf> (дата обращения: 01.02.2024).

427. Отраслевой обзор. Рейтинг INFOLine E-grocery Russia TOP [Электронный ресурс] // URL: <https://infoline.spb.ru/upload/iblock/b90/b90a07daceb33b9548f0c5679a02b088.pdf> (дата обращения: 25.05.2023).

428. Оферта продавца: Россия [Электронный ресурс] // URL: <https://seller.wildberries.ru/terms/ru> (дата обращения: 13.03.2025).

429. Оферта торговой площадки Вайлдберриз [Электронный ресурс] // URL: <https://legal.wildberries.ru/consumers-offer/country/ru/lang/ru/> (дата обращения: 13.03.2025).

430. Приложения Тинькофф и других банков удалены из App Store. Как быть пользователям» [Электронный ресурс] // URL: <https://rg.ru/2023/03/02/prilozheniia-tinkoff-i-riada-drugih-bankov-udaleny-iz-magazina-prilozhenij-apple.html> (дата обращения: 01.05.2024).

431. Продавцы просят ФАС проверить законность автоматических акций маркетплейсов [Электронный ресурс] // URL: https://new-retail.ru/novosti/retail/prodavtsy_prosyat_fas_proverit_zakonnost_avtomaticheskikh_aktsiy_marketpleysov/ (дата обращения: 13.03.2025).

432. Реестр программ для ЭВМ. ФИПС [Электронный ресурс] // URL: <https://new.fips.ru/register-web/action?acName=clickRegister®Name=EVM> (дата обращения: 13.03.2025).

433. Роспатент. Поиск товарных знаков [Электронный ресурс] // URL: <https://searchplatform.rospatent.gov.ru/trademarks> (дата обращения: 18.03.2025).

434. СБЕР — больше, чем банк. [Электронный ресурс] // URL: <https://www.sberbank.com/ru/ecs> (дата обращения: 01.02.2024); СБЕР. ТАСС. «Сбербанк: 180 лет рядом» [Электронный ресурс] // URL: <https://spec.tass.ru/sber180/> (дата обращения: 01.02.2024).

435. ФАС анонсировала норму, которая может войти в «шестой антимонопольный пакет». Речь идет об отмене «антимонопольных иммунитетов» в сфере интеллектуальной собственности» [Электронный ресурс] // URL: <https://fas.gov.ru/news/33192> (30.04.2024).

436. ФАС в СМИ: глава ФАС назвал доминирующим положение Wildberries и Ozon на рынке» [Электронный ресурс] // URL: <https://fas.gov.ru/publications/24239> (дата обращения: 01.02.2024).

437. ФАС выдала предупреждение «Вайлдберриз»» [Электронный ресурс] // URL: <https://fas.gov.ru/news/33200> (дата обращения: 30.04.2024).

438. ФАС выявила картель продавцов наушников на маркетплейсах [Электронный ресурс] // URL: <https://fas.gov.ru/news/33296> (дата обращения: 06.08.2024).

439. ФАС изучит материалы Wildberries об исполнении своего предупреждения [Электронный ресурс] // URL: <https://tass.ru/ekonomika/20874657> (дата обращения: 13.03.2025).

440. ФАС оштрафовала Apple на 1,1 млрд рублей» [Электронный ресурс] // URL: <https://fas.gov.ru/news/32389> (дата обращения: 31.05.2024).

441. ФАС оштрафовала Booking.com B.V. на 1,3 млрд рублей» [Электронный ресурс] // URL: <https://fas.gov.ru/news/31446> (дата обращения: 31.05.2024); ФАС оштрафовала Google на 2 миллиарда рублей [Электронный ресурс] // URL: <https://fas.gov.ru/news/32069> (дата обращения: 31.05.2024).

442. ФАС России выдала предупреждение «Вайлдберриз»» [Электронный ресурс] // URL: <https://cljournal.ru/news/26302/> (дата обращения: 30.04.2024).

443. ФАС России выдала предупреждения Ozon и Wildberries [Электронный ресурс] // URL: <https://fas.gov.ru/news/33773> (дата обращения: 18.03.2025).

444. ФАС России выдала предупреждение Ozon» [Электронный ресурс] // URL: <https://cljournal.ru/news/26359> (дата обращения: 30.04.2024).

445. ФАС России выдала предупреждение Ozon» [Электронный ресурс] // URL: <https://fas.gov.ru/news/33238> (дата обращения: 30.04.2024).

446. ФАС: Apple необходимо представить позицию относительно доступа российских платежных систем к бесконтактным платежам в системе iOS» [Электронный ресурс] // URL: <https://fas.gov.ru/news/33184> (дата обращения: 01.05.2024).

447. Wildberries и группа Russ объявили об объединении» [Электронный ресурс] // URL: <https://www.rbc.ru/business/18/06/2024/6671d0a69a7947ae30e60c9a> (дата обращения: 18.06.2024)).

448. Antitrust and Digital Platforms: An analysis of global patterns and approaches by competition authorities. Equitable Growth, Finance & Institutions Insight. Trade, Investment and Competitiveness. International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank. 2021. P. 27. [Электронный ресурс] // URL: <https://documents1.worldbank.org/curated/en/893381632736476155/pdf/Antitru>

st-and-Digital-Platforms-An-Analysis-of-Global-Patterns-and-Approaches-by-Competition-Authorities.pdf (дата обращения: 01.06.2023).

449. Antitrust Investigation into Amazon and Flipkart: An Overview [Электронный ресурс] // URL: <https://www.khuranaandkhurana.com/2021/06/30/anti-trust-investigation-into-amazon-and-flipkart-an-overview/> (дата обращения: 01.05.2024).

450. Antitrust: Commission seeks feedback on commitments offered by Amazon in e-book investigation [Электронный ресурс] // URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_17_137 (дата обращения: 01.04.2024).

451. Apple announces changes to iOS, Safari, and the App Store in the European Union. Press release. 25.01.2024 [Электронный ресурс] // URL: <https://www.apple.com/newsroom/2024/01/apple-announces-changes-to-ios-safari-and-the-app-store-in-the-european-union/> (дата обращения: 01.05.2024).

452. Apple Faces Antitrust Class Action Alleging iCloud Monopoly [Электронный ресурс] // URL: <https://news.bloomberglaw.com/litigation/apple-faces-antitrust-class-action-alleging-icloud-monopoly> (дата обращения: 01.05.2024).

453. Authorities Search Booking.com Offices in Italy in Antitrust Probe [Электронный ресурс] // URL: <https://www.pymnts.com/antitrust/2024/authorities-search-booking-com-offices-italy-antitrust-probe/> (дата обращения: 30.04.2024);

454. Bundeskartellamt prohibits Facebook from combining user data from different sources [Электронный ресурс] // URL: https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/EN/Pressemitteilungen/2019/07_02_2019_Facebook.html (дата обращения: 30.04.2024)).

455. Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC). Press release. The CNMC opens formal antitrust proceedings against Booking.com for possible anticompetitive practices affecting hotels and online travel agencies [Электронный ресурс] // URL: https://www.cnmc.es/sites/default/files/editor_contenidos/Notas%20de%20pren

sa/2022/20221017_NP_Incoacion_BookingEs_ENG.pdf (дата обращения: 30.04.2024).

456. European Commission – Press release: «Mergers: Commission opens in-depth investigation into Apple's proposed acquisition of Shazam». 23.04.2018 [Электронный ресурс] // URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_18_3505 (дата обращения: 30.04.2024).

457. European Commission. Press release. Antitrust: Commission publishes market study on hotels' distribution practices. 22.08.2022 [Электронный ресурс] // URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_22_5045 (дата обращения: 02.04.2024).

458. Federal Trade Commission (FTC). FTC Sues Amazon for Illegally Maintaining Monopoly Power [Электронный ресурс] // URL: <https://www.ftc.gov/news-events/news/press-releases/2023/09/ftc-sues-amazon-illegally-maintaining-monopoly-power> (дата обращения: 02.04.2024).

459. Financial Times. Booking faces almost €500mn fine in Spain over competition practices [Электронный ресурс] // URL: <https://www.ft.com/content/03e5eb20-ec91-485e-b0e4-ed49b4dc2848> (дата обращения: 30.04.2024)).

460. FTC Sues Amazon for Illegally Maintaining Monopoly Power [Электронный ресурс] // URL: <https://www.ftc.gov/news-events/news/press-releases/2023/09/ftc-sues-amazon-illegally-maintaining-monopoly-power> (дата обращения: 01.12.2023).

461. Independent UK retailers claim £1bn damages against Amazon [Электронный ресурс] // URL: <https://www.theguardian.com/technology/article/2024/jun/07/independent-uk-retailers-claim-1bn-damages-against-amazon> (дата обращения: 18.03.2025).

462. Justice Department Sues Google for Monopolizing Digital Advertising Technologies [Электронный ресурс] // URL: <https://www.justice.gov/opa/pr/justice->

department-sues-google-monopolizing-digital-advertising-technologies (дата обращения: 01.12.2023);

463. Largest Companies by Market Cap [Электронный ресурс] // URL: <https://companiesmarketcap.com/> (дата обращения: 31.05.2024);

464. Most Innovative Companies 2023. Reaching New Heights in Uncertain Times. BCG [Электронный ресурс] // URL: <https://www.bcg.com/publications/2023/advantages-through-innovation-in-uncertain-times> (дата обращения: 31.05.2024).

465. New Retail. Amazon занял первое место в рейтинге самых дорогих брендов мира [Электронный ресурс] // URL: https://new-retail.ru/novosti/retail/amazon_zanyal_pervoe_mesto_v_reytinge_samykh_dorogikh_brendov_mira/ (дата обращения: 01.04.2024).

466. OECD (2020), Abuse of dominant position in the digital markets // URL: <http://www.oecd.org/daf/competition/abuse-of-dominance-in-digital-markets-2020.pdf> (дата обращение: 03.03.2021).

467. Ozon. Баллы за скидки // URL: <https://seller-edu.ozon.ru/finances-documents/additional-information/bally-za-skidki> (дата обращения: 30.04.2024).

468. Statement of the EDPB on the data protection impacts of economic concentration. 27.08.2018 [Электронный ресурс] // URL: https://www.edpb.europa.eu/sites/default/files/files/file1/edpb_statement_economic_concentration_en.pdf (дата обращения: 30.04.2024).

469. The effects of narrow price parity clauses on online sales – Investigation results from the Bundeskartellamt's Booking proceeding. Series of papers on "Competition and Consumer Protection in the Digital Economy". Bundeskartellamt. August 2020 [Электронный ресурс] // URL: https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/EN/Schriftenreihe_Digitales_VII.pdf?__blob=publicationFile&v=3 (дата обращения: 01.04.2023).

470. The Independent. Turkish court bans travel website Booking.com [Электронный ресурс] // URL: <https://www.independent.co.uk/travel/news-and->

advice/turkey-booking-com-bans-travel-website-court-dutch-netherlands-a7657581.html (дата обращения: 02.04.2024).

471. Top 10 biggest companies in the world by market cap in 2024 [Электронный ресурс] // URL: <https://www.forbesindia.com/article/explainers/top-10-largest-companies-world-market-cap/86341/1> (дата обращения: 31.05.2024).