

УДК 441.4
<https://doi.org/10.47361/2542-0259-2021-4-28-18-25>

ISSN: 2542-0259
© Российское конкурентное право
и экономика, 2021

Проблемы применения отдельных антимонопольных запретов при осуществлении деятельности торговых сетей

Федоров Ю. В.,

Московский государственный юридический университет имени О. Е. Кутафина (МГЮА), 125993, Россия, г. Москва, ул. Садовая-Кудринская, д. 9, Муранов, Черняков и партнеры, 105005, Россия, г. Москва, Денисовский пер., д. 23, стр. 6

Аннотация

Законодательство о регулировании торговой деятельности содержит антимонопольные запреты для торговых сетей. К запретам относят антимонопольные правила для субъектов торговой деятельности (ст. 13), ограничение приобретения торговыми сетями дополнительных торговых объектов (ст. 14) и иные. В статье исследуется характер запрета ст. 13¹, выявляются проблемы применения запрета на создания дискриминационных условий. Анализируется вопрос о порядке применения ст. 14. По итогам анализа установлено, что ст. 13 распространяется на все торговые сети без установления их рыночной доли, что, с точки зрения автора, некорректно. Антимонопольные органы часто неверно квалифицируют запрет на создание дискриминационных условий, приравнивая к ним любые расхождения условий договоров одной торговой сети с поставщиками. В этом случае предлагается проводить анализ товарного рынка, выявлять неравное положение поставщиков. Проблемы применения ст. 14 обусловлены необходимостью отказа от безусловного запрета и внедрения разрешительного порядка осуществления сделок, отказа от формального подхода при оценке рыночной доли торговой сети. Также необходимо уточнить момент, с которого дополнительная торговая площадь считается приобретенной: заключение договора или подписание передаточного акта.

Ключевые слова: торговые сети, антимонопольное регулирование, торговая деятельность, доминирующее положение, дискриминационные условия.

Для цитирования: Федоров Ю. В. Проблемы применения отдельных антимонопольных запретов при осуществлении деятельности торговых сетей // Российское конкурентное право и экономика. 2021. № 4 (28). С. 18–25, <https://doi.org/10.47361/2542-0259-2021-4-28-18-25>

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

¹ Здесь и далее по тексту приводятся и анализируются статьи Федерального закона от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации». Положения других нормативных актов будут приводиться с соответствующими реквизитами и наименованием.

Problems of Application of Certain Antimonopoly Banks in the Implementation of the Activities of Trading Chains

Yuri V. Fedorov,

Kutafin Moscow State Law University (MSAL),
Sadovaya-Kudrinskaya str. 9,
Moscow, 125993, Russia,
Muranov, Chernyakov&Partners,
Denisovsky lane, 23, bldg 6,
Moscow, 105005, Russia

Abstract

Trade legislation contains a number of antitrust bans for retail chains. Prohibitions include: antimonopoly rules for subjects of trading activity (Article 13), restrictions on the acquisition / lease of additional retail facilities by retail chains (Article 14) and others. The article examines the nature of the prohibition of Article 13, identifies the problems of applying the prohibition to create discriminatory conditions. The author analyzes the question of the application of Article 14. Based on the results of the analysis, it has been established that Article 13 applies to all retail chains without establishing their market share, which, from the author's point of view, is incorrect. Antitrust authorities often misclassify the prohibition on creating discriminatory conditions, equating to them any discrepancy between the terms of contracts of the same retail chain with suppliers. In this case, the author proposes to analyze the commodity market, to identify the unequal position of suppliers. Problems in the application of Article 14 are due to the need to abandon the unconditional prohibition and the introduction of a permissive procedure for the implementation of transactions, abandoning the formal approach when assessing the market share of the trading network at the time of the transaction. It is also necessary to clarify the moment from which the additional retail space is considered acquired: the conclusion of the contract or the signing of the deed of transfer.

Keywords: *retail chains, antitrust legislation, trading activities, dominance position, discriminatory conditions.*

For citation: Fedorov Yu.V. Problems of application of certain antimonopoly banks in the implementation of the activities of trading chains // Russian Competition Law and Economy. 2021;(4(28):18-25 (In Russ.), <https://doi.org/10.47361/2542-0259-2021-4-28-18-25>

The author declare no conflict of interest.

Федеральный закон от 26.07.2006 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» (далее — Закон о торговле) является частью антимонопольного законодательства Российской Федерации² и формирует специальное регулирование деятельности торговых сетей. Последнее состоит из запретов ст. 9 (права и обязанности субъектов торговой деятельности при заключении и исполнении договора поставки продовольственных товаров), ст. 13 (антимонопольные правила к субъектам торговой деятельности), ст. 14 (ограничения по приобретению или аренды дополнительных торговых площадей).

Раскрывая состав специального регулирования, необходимо привести мнение профессора А. Н. Варламовой о том, что вопросам конкуренции посвящена едва ли не половина норм Закона о торговой деятельности и помимо норм, закрепленных в статьях гл. 3, ст. 9 также регулирует данные аспекты [2].

Настоящая статья направлена на анализ и выявления проблем, которые возникают у антимонопольных органов, судов в процессе применения ст. 13, 14 указанного нормативного акта.

Статья 13 определяет антимонопольные правила для субъектов торговой деятельности (поставщиков товара, торговых сетей). К особенностям статьи необходимо отнести схожесть ее запретов (пп. 1—4) с правовыми запретами, закрепленными в ст. 10 Закона о защите конкуренции. Запрет на создание дискриминационных условий (п. 1 ч. 1) является отсылочной нормой и напрямую связан с Законом о защите конкуренции.

Напомним, что ст. 10 Закона о защите конкуренции посвящена запрету на злоупотребление своим доминирующим положением. Запреты указанной статьи применяются только при наличии доминирующего положения у субъекта [1].

Правовая конструкция ст. 13 позволяет применять ее запреты, в том числе к торговым сетям, вне зависимости от их рыночной власти и положения на товарном рынке.

В итоге любое поведение торговой сети, которое внешне подпадает под установленные ст. 13 запреты, можно признавать нарушением законодательства о торговой деятельности. Достаточно будет убедиться, что выручка компании от реализации товаров не превышает 400 млн руб.³

В этом случае антимонопольный орган освобождается от установления рыночной доли предполагаемого нару-

шителя и не должен доказывать наличие противоправных последствий от такого поведения: недопущение, ограничение, устранение конкуренции, ущемление интересов других лиц (хозяйствующих субъектов) в сфере предпринимательской деятельности либо определенного круга потребителей.

Насколько разумно (с точки зрения достижения баланса между развитием торговой деятельности и формированием конкурентной среды) применять запреты, характерные для злоупотребления доминирующего положения, для всех торговых сетей вне зависимости от их рыночной доли? Приведет ли такой подход к достижению основных целей законодательства о торговой деятельности?

На данные вопросы также обращает внимание профессор А. Н. Варламова, указывая следующее: «Правильно ли налагать одинаковые ограничения на торговые сети, значительно отличающиеся по величине оборота, — вопрос весьма спорный» [2].

Актуальность вопросов возрастает, если учесть неоднородность состава действующих торговых сетей. Например, существуют федеральные торговые сети, которые ежегодно наращивают свое представительство в различных регионах страны. Данные компании обладают значительными ресурсами и рыночной властью, которые зачастую позволяют им реализовывать главное конкурентное преимущество — более низкие розничные цены на продукцию.

Если сравнивать федеральные торговые сети с их региональными конкурентами, то у первых имеется целый ряд преимуществ. Как верно отмечает А. И. Бычков [3], к таким преимуществам можно отнести наличие бонусных программ и скидок, широкий ассортимент доступных товаров и более качественное обслуживание.

Таким образом, считаем нецелесообразным применять положения ст. 13 ко всем торговым сетям без установления их рыночной доли и возможности влиять на общие условия обращения товара на рынке.

В этой связи заслуживают внимания некоторые предложения, которые ранее высказывались в научном сообществе. Первое предложение связано с введением в Закон о торговле норм о доминировании и коллективном доминировании [4]. Внедрение данных норм позволит различать торговые сети и применять правовые запреты Закона о торговле, в частности ст. 13, к тем из них, кто действительно может негативно повлиять на состояние конкуренции на товарном рынке.

Второе предложение связано с введением классификации торговых сетей. В зависимости от территориального признака предлагается выделять федеральные (осуществляющие свою деятельность на территории Российской Федерации), региональные (осуществляющие свою деятельность на территории одного-двух близлежащих субъектов Российской Федерации), локальные

² Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» // СЗ РФ. 31.07.2006. № 31 (ч. 1). Ст. 2.

³ В этом случае Закон о торговле освобождает хозяйствующие субъекты от действия ст. 13 (за исключением подп. «д» п. 4 и п. 6 ч. 1), ст. 14 (ч. 4.1. ст. 1 Закона о торговле).

(осуществляющие свою деятельность в пределах одного муниципального образования, одной территориальной единицы — города, района) [5].

Данное изменение направлено на установление для торговых сетей различных требований, поскольку последние (торговые сети) имеют различное влияние на состояние конкуренции на рынке.

Считаем возможным согласиться с предложением Н. Н. Карпова в части необходимости классификации торговых сетей и в зависимости от этого применения к отдельной категории соответствующих требований и запретов Закона о торговле.

Однако считаем необходимым уточнить критерии предложенной классификации. Торговые сети действительно можно разделить на федеральные, региональные и локальные. Данная классификация широко распространена в научных кругах и принимается практикующими юристами. Тем не менее при классификации не стоит ограничиваться лишь географическим признаком [10].

Некоторые региональные сети имеют торговые объекты в различных субъектах Российской Федерации, которые неизбежно будут располагаться в относительной близости друг от друга. Например, торговые объекты татарстанской сети «Бахетле» расположены не только на территории Республики Татарстан, но и в Москве⁴. Однако данный факт не позволяет относить данную торговую сеть к разряду федеральных.

Отнесение торговой сети к той или иной категории необходимо производить вместе с учетом особенностей, наличия экономических и (или) иных ресурсов, которые характерны для отдельной группы таких субъектов. Для крупных торговых сетей характерно наличие эффекта масштаба, который достигается за счет количества торговых объектов, развитой логистической инфраструктуры (собственные распределительные центры и автопарки) [9].

Возможность применения ст. 13 ко всем торговым сетям без проведения анализа товарного рынка, выявления негативных последствий для конкуренции от их действий, приводит к появлению ошибок со стороны антимонопольных органов, судов [6]⁵.

Один из запретов ст. 13 направлен на недопущение создания дискриминационных условий. Условия производства, обмена, потребления, приобретения, продажи, иной передачи товара признаются дискриминационны-

ми, если хозяйствующий субъект или несколько хозяйствующих субъектов поставлены в неравное положение по сравнению с другим хозяйствующим субъектом или другими хозяйствующими субъектами⁶. Неравное положение хозяйствующих субъектов должно существовать при прочих равных условиях договора сотрудничества с хозяйствующим субъектом.

В науке справедливо отмечается, что понятие дискриминационных условий соотносится с запретом на злоупотребление доминирующим положением и деятельностью хозяйствующего субъекта, обладающего значительной рыночной властью, одновременно применяется к участникам торговой деятельности, которые такой властью могут не обладать. Один и тот же термин используется для двух разных категорий хозяйствующих субъектов [7].

Одна из проблем применения данной нормы заключается в расширительном толковании антимонопольным органом понятия «дискриминационных условий». Любые несоответствия условий договора между торговой сетью с различными поставщиками квалифицируются в качестве нарушения п. 1 ч. 1 ст. 13. При этом антимонопольный орган не обязан проводить какой-либо анализ, в том числе выяснить вопрос о создании неравных условий поставки товаров, неравном положении конкурентов-поставщиков.

Обращает внимание на себя высказывание Е. А. Лихушиной о том [6], что, следуя такой логике, незаключение любой торговой сетью договора поставки с любым обратившимся к ней поставщиком либо установление в договорах поставки разного ретробонуса для двух поставщиков можно рассматривать в качестве дискриминации.

Приведенная позиция антимонопольных органов часто признается судами неправомерной. В качестве обоснований арбитражные суды указывают на следующее: недопустимо безосновательно отождествлять понятия «дискриминационных условий» и «дифференцированных условий» договоров, договор поставки не является публичным договором либо договором присоединения, розничная торговля не относится к регулируемым видам деятельности, следовательно, условия заключаемых договоров не могут быть одинаковыми для всех контрагентов⁷.

Важная позиция отражена в постановлении Арбитражного суда Поволжского округа от 31.10.2017 по делу № А65-22926/2016. В судебном акте сформулирован критерий ограничения дифференциации от дис-

⁴ Официальный сайт торговой сети «Бахетле». URL: www.msk.bahetle.com (Дата обращения: 11.10.2021).

⁵ Мнение автора [6] приводится в контексте применения запрета на создание дискриминационных условий и имеет следующую формулировку: «распространение запрета дискриминации на все торговые сети вызывает ряд проблем антимонопольного регулирования и трудности антимонопольных органов».

⁶ Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» // СЗ РФ. 31.07.2006. № 31 (п. 8). Ст. 4.

⁷ Постановление Арбитражного суда Волго-Вятского округа от 25.06.2020 № Ф01-10665/2020 по делу № А43-12223/2019, постановление Первого арбитражного апелляционного суда от 30.08.2019 № 01 АП-6854/2019 по делу № А43-12269/2019. URL: www.kadarbitr.ru (Дата обращения: 11.10.2021).

кriminalизации — для установления первого достаточно установить отличие отдельных условий договоров с разными поставщиками. Для установления дискриминации факт отличия договорных условий не является достаточным или необходимым. Установление дискриминации требует помимо сравнения условий договоров между поставщиками проведения анализа товарного рынка, позволяющего сопоставить общую выгодность условий сравниваемых договоров.

Приведенная позиция арбитражного суда отчасти наталкивает на возможный способ разрешения обозначенной проблемы. Для установления дискриминации в деятельности торговых сетей необходимо проводить анализ товарного рынка в соответствии с положениями Приказа ФАС России от 28.04.2012 № 220 «Об утверждении Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке».

Следует признать обоснованным мнение отдельных авторов о том, что для применения п. 1 ч. 1 ст. 13 право-применителю необходимо помимо проведения анализа товарного рынка проанализировать условия договоров поставщиков с другими торговыми сетями на предмет их дискриминационности, а не простого различия [7].

Существуют проблемы применения ст. 14, которая устанавливает запрет на приобретение или аренду торговыми сетями, доля которых превышает двадцать пять процентов объема всех реализованных продовольственных товаров в денежном выражении за предыдущий финансовый год в границах субъекта Российской Федерации, в том числе границах муниципального района, городского округа, дополнительную площадь торговых объектов для осуществления торговой деятельности.

Буквальное толкование статьи позволяет говорить о безусловном запрете торговым сетям (при достижении определенного рыночного порога) приобретать дополнительную торговую площадь. Характер запрета является формальным, что освобождает антимонопольный орган от доказывания негативных последствий для конкуренции от совершенной сделки.

Вопрос в том, насколько такой режим оправдан и соответствует целям запрета на приобретение дополнительных торговых площадей?

По мнению антимонопольного органа, реализация данной нормы будет способствовать обеспечению равного доступа хозяйствующих субъектов на рынок услуг розничной торговли, защите и сохранению конкурентной среды на данном товарном рынке, снижению цен и улучшению обслуживания потребителя⁸.

По мнению А. В. Спиридоновой, ст. 14 направлена на предотвращение расширенной экспансии торговых

сетей [8]. Далее автор отмечает общую цель Закона о торговле — формирование конкурентной среды — и делает вывод, что запрет на приобретение торговых площадей не в полной мере способствует достижению указанной цели.

Н. Н. Карпов [5] справедливо отмечает, что Закон о защите конкуренции предусматривает разрешительный характер для сделок экономической концентрации. Автор, развивая данную мысль, приходит к выводу, что запрет на приобретение торговых площадей внедряет особый антимонопольный режим и ограничивает органический рост торговой сети вне зависимости от последствий такого роста.

По данному вопросу примечательна позиция Верховного Суда Российской Федерации, который обратил внимание на необходимость антимонопольному органу при обращении с исковым заявлением о признании сделки недействительной и применении последствий недействительности обосновывать наличие публичного интереса в виде защиты конкуренции, а также учитывать действия хозяйствующих субъектов, направленных на ее обеспечение⁹.

Ранее позиция судов не подразумевала необходимость учета какой-либо информации, не связанной с достижением торговой сетью определенного барьера. В деле № А02-1437/2017¹⁰ торговая сеть, обосновывая правомерность приобретенной торговой площади, заявляла о необходимости применения ст. 14 Закона о торговле в системной связи с положениями Закона о защите конкуренции. По мнению хозяйствующего субъекта, антимонопольный орган должен не только установить достижение торговой сетью определенной рыночной доли, но и учитывать негативные последствия от признания сделки недействительной.

Арбитражный суд Западно-Сибирского округа, соглашаясь с выводами нижестоящих судов, подтвердил, что применение ст. 14 Закона о торговле не требует установление дополнительных сведений, учета каких-либо последствий, в том числе возможного нарушения прав потребителя¹¹.

Подводя итог рассуждению по данному вопросу, считаем возможным согласиться с точкой зрения о необходимости внесения изменений в ст. 14. Считаем разумным убрать из данной нормы безусловный запрет

⁹ Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 04.03.2021 № 2 «О некоторых вопросах, возникающих в связи с применением судами антимонопольного законодательства» // СПС КонсультантПлюс.

¹⁰ Решение Арбитражного суда Республики Алтай от 06.09.2018 по делу № А02-1437/2017. URL: kad.arbitr.ru (Дата обращения: 11.10.2021).

¹¹ Постановление Арбитражного суда Западно-Сибирского округа от 13.05.2019 по делу № А02-1437/2017. URL: www.kadarbitr.ru (Дата обращения: 11.10.2021).

⁸ Методическое пособие для предпринимателей. Антимонопольное регулирование в области торговой деятельности. Утверждено ФАС России // СПС КонсультантПлюс.

и заменить его разрешительным порядком совершения сделок.

Процесс применения ст. 14 выявил иные проблемы практического характера. Для установления указанного нарушения антимонопольному органу необходимо собрать следующие сведения: объем всех реализованных товаров в границах отдельного субъекта и (или) муниципального образования на соответствующем временном отрезке, объем реализованных отдельной торговой сетью товаров в установленных ранее границах и отрезке времени, факт приобретения торговой сетью дополнительных торговых площадей¹².

Информация об общем обороте продовольственных товаров в границах административно-территориального образования, от которого исчисляется доля торговой сети, публикуется на официальном сайте Федеральной службы государственной статистики (Росстат) ежегодно, до 1 мая года, следующего за отчетным. Использовать иные сведения не допускается.

На данном этапе возникает первая проблема. Как верно отметила А. В. Спиридонова, расчет превышения 25%-го объема розничного товарооборота за текущий год возможен только после публикации данных об объеме розничного товарооборота за предыдущий год, поскольку до этого отсутствует база для расчета [8].

Данные Росстата не могут применяться ретроспективно и налагать неблагоприятные последствия на сделки торговых сетей, которые были совершены до их опубликования¹³.

Отсюда возникает ситуация, когда на момент совершения сделки торговая сеть могла значительно превышать 25%-й барьер. Достоверно установить данный факт возможно только с момента опубликования сведений Росстата. Однако наличие указанных сведений уже фактически не будет иметь никакого значения, если сделка была совершена во время действия предыдущих данных Росстата, по которым торговая сеть не выходила за пределы 25%-го барьера.

Так, в деле A41-67497/2017¹⁴ торговая сеть заключила договор аренды и получила право пользования дополнительной торговой площадью. Договор аренды был заключен 25.03.2015. На этот временной отрезок действовали предыдущие сведения Росстата за 2013 г.,

по которым торговая сеть не превышала барьер. Примечательно, что обновленные данные Росстата были опубликованы 29.04.2015 (с момента заключения договора прошло немного больше месяца). По опубликованным данным торговая сеть превышала обозначенный ранее барьер. Несмотря на это, Арбитражный суд Московской области не установил оснований для удовлетворения исковых требований антимонопольного органа о признании сделки недействительной.

Обращая внимание на данную проблему, автор статьи не призывает ретроспективно применять сведения Росстата, пересматривать и отменять состоявшиеся сделки торговых сетей. Однако сложившийся в правоприменимой практике подход отчасти ограничивает с коллизией, которая не позволяет (при наличии признаков значительного превышения торговой сетью 25%-го барьера) каким-либо образом реализовать запрет, установленный ст. 14 Закона о торговле.

Для применения ст. 14 Закона о торговле антимонопольный орган должен обладать определенной информацией, в том числе о количестве реализованного отдельной торговой сетью товара, факте приобретения ею дополнительных торговых площадей.

Данная информация предоставляется торговыми сетями по запросу антимонопольного органа. Иные источники получения таких сведений зачастую отсутствуют.

Стоит ли говорить, что хозяйствующий субъект — торговая сеть, осознавая возможные негативные последствия от предоставления указанной информации, может представить ложную, неточную, искаженную информацию или по иным причинам отказаться отвечать на запрос¹⁵.

В этом случае предусмотрена административная ответственность по ч. 5 ст. 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях. В качестве наказания предусмотрен административный штраф в размере от 50 000 до 500 000 руб.

Сопоставив размер возможного административного штрафа за данное правонарушение и размер убытков, который хозяйствующий субъект может понести от признания сделки недействительной, становится очевидным несовершенство подхода по сбору доказательств нарушения запрета на приобретение дополнительных торговых площадей.

Остается также нерешенным вопрос о том, с какого момента дополнительная площадь считается приобретенной? Данный аспект имеет важное значение для применения ст. 14 Закона о торговле.

Договор, опосредующий передачу торговой площади во владение и (или) пользование торговой сети, может

¹² Указанный порядок сбора данных антимонопольными органами может быть проиллюстрирован на примере решений Архангельского УФАС России от 09.08.2019 № 6/н «О прекращении производства по делу», Тульского УФАС России от 04.03.2019 «О прекращении производства по делу».

¹³ Определение Судебной коллегии по экономическим спорам Верховного Суда РФ от 17.01.2019 по делу № 305-ЭС18-17616, A41-67497/2017 // СПС КонсультантПлюс.

¹⁴ Постановление Арбитражного суда Московской области от 04.10.2017 по делу № A41-67497/2017. URL: www.arbitr.ru (Дата обращения: 11.10.2021).

¹⁵ Постановление Арбитражного суда Северо-Кавказского округа от 20.07.2018 по делу № A32-34035/2017. URL: www.arbitr.ru (Дата обращения: 11.10.2021).

быть заключен в период действия сведений Росстата, по которым торговая сеть не превышает установленный порог. Однако фактическая передача приобретенного имущества может состояться гораздо позже и произойти в период опубликования обновленных сведений Росстата, по которым торговая сеть будет превышать 25%-й порог.

Судебная практика также не дает однозначного ответа на этот вопрос. С одной стороны, дополнительная торговая площадь считается приобретенной с момента заключения соответствующего договора¹⁶.

Существует иная позиция судов, по которой дополнительная торговая площадь считается приобретенной с момента фактической передачи имущества торговой сети, например, после подписания передаточного акта¹⁷.

Второй подход представляется более удачным и соответствующим основной цели запрета ст. 14 Закона о торговле — не допустить необоснованное увеличение рыночной власти торговой сети, предотвратить негативное воздействие на состояние конкуренции. Торговая сеть получает фактическую возможность влиять на данные показатели только с того момента, как фактически получила возможность использовать вновь приобретенную торговую площадь для реализации товара потребителям.

Выводы

1. Положения ст. 13 Закона о торговле не могут применяться ко всем торговым сетям вне зависимости от их рыночной доли и фактической возможности влиять на состояние конкуренции на товарном рынке.
2. Применение запрета на создание дискриминационных условий не сводится лишь к сравнению (сопоставлению) условий договоров между торговой сетью и ее поставщиками. Антимонопольному органу следует провести анализ, фактически установить неравное положение поставщиков относительно одной торговой сети при прочих равных обстоятельствах их сотрудничества.
3. Положение ст. 14 Закона о торговле необходимо изменить, исключив из нее безусловный запрет на совершение торговыми сетями сделок по приобретению дополнительных торговых объектов. К сделкам необходимо применять разрешительный порядок и анализировать возможные последствия от их совершения. ■

¹⁶ Постановление Арбитражного суда Московского округа от 01.07.2021 № Ф05-13957/2021 по делу № А41-65276/2020. URL: www.arbitr.ru (Дата обращения: 11.10.2021).

¹⁷ Постановление Арбитражного суда Московского округа от 16.06.2015 № Ф05-6157/2015 по делу № А41-51568/14. URL: www.arbitr.ru (Дата обращения: 11.10.2021).

Литература [References]

1. Научно-практический комментарий к Федеральному закону «О защите конкуренции» (постатейный) (2-е изд., переработанное и дополненное) / Отв. ред. И. Ю. Артемьев. М.: Статут, 2016. 1002 с. [Artemyev I. Yu. Scientific and practical commentary to the Federal Law “On Protection of Competition” (article by article), 2nd edition, revised and supplemented. Moscow: Statut, 2016. P. 1048 (In Russ.)]
2. Варламова А. Н. Отраслевой аспект в конкурентном праве // Конкурентное право. 2015. № 3. С. 3—7. [Varlamova A. N. The branch aspect of the competitive law // Competition Law. 2015;(3):3-7 (In Russ.)]
3. Бычков А. И. Правовые основы ритейла в России. М.: Инфотропик Медиа, 2018. 172 с. ISBN: 978-5-9998-0312-8. [Bychkov A. I. Legal foundations of retail in Russia. M.: Infotropik Media. 2018. 172 p. ISBN: 978-5-9998-0312-8 (In Russ.)]
4. Андреева Л. В. Антимонопольные нормы в законодательстве о торговле: проблемы правоприменения // Юрист. 2017. № 9. С. 4—8. [Andreeva L. V. Antimonopoly regulations in commerce legislation: law enforcement issues // Jurist. 2017;(9):4-8 (In Russ.)]
5. Карпов Н. Н. Понятие торговой сети в контексте действующего антимонопольного регулирования // Актуальные проблемы российского права. 2020. Т. 15. № 8 (117). С. 118—125, <https://doi.org/10.17803/1994-1471.2020.117.8.118-125> [Karpov N. N. The concept of a trading network in the context of the current antimonopoly regulation // Actual problems of Russian law. 2020;15(8(117):118—125 (In Russ.), <https://doi.org/10.17803/1994-1471.2020.117.8.118-125>].
6. Лихушина Е. А. Оценка «рыночной власти» торговой сети с точки зрения монопсонии — доминирующего положения покупателя // Конкурентное право. 2016. № 3. С. 7—9. [Likhushina E. A. Evaluation of “market power” of retail chain from the viewpoint of monopsony — dominating position of the buyer // Competitive law. 2016;(3):7—9 (In Russ.)]
7. Башлаков-Николаев И. В., Максимов С. В., Стуканов Д. В. Антимонопольный запрет на создание дискриминационных условий: проблемы толкования и правоприменительной практики // Законы России: опыт, анализ, практика. 2018. № 12. С. 95—103 [Bashlakov-Nikolaev I. V., Maksimov S. V., Stukanov D. V. Antitrust ban on the creation of discriminatory conditions: problems of interpretation and law enforcement // Russian Laws: Experience, Analysis, Practice. 2018;(12):95-103 (In Russ.)]
8. Спиридонова А. В. Антимонопольные ограничения доли торговых сетей на рынке продовольственных

- товаров // Актуальные проблемы российского права. 2018. № 11(96). С. 103—109,
<https://doi.org/10.17803/1994-1471.2018.96.11.103-109>
[Spiridonova A. V. Antimonopoly restrictions of the share of retail chains in the food market // Actual Problems Of Russian Law. 2018;(11(96):103-109 (In Russ.),
[https://doi.org/10.17803/1994-1471.2018.96.11.103-109\]](https://doi.org/10.17803/1994-1471.2018.96.11.103-109)
9. Lorenz M. (2013). An Introduction to EU Competition Law. Cambridge: Cambridge University Press.
doi:10.1017/CBO9781139087452
10. Lasserre Bruno, Mundt Andreas. Competition Law and Big Data: The Enforcers' View // Rivista Italiana

di Antitrust Italian Antitrust Review. 2017;4(1):87-103.
DOI: <http://dx.doi.org/10.12870/iar-12607>.

Сведения об авторе

Федоров Юрий Владимирович: аспирант кафедры конкурентного права Московского государственного юридического университета имени О. Е. Кутафина (МГЮА), юрист коллегии адвокатов «Муранов, Черняков и партнеры»
timeto1996@mail.ru

Статья поступила в редакцию: 12.10.2021
Одобрена после рецензирования: 29.11.2021
Принята к публикации: 08.12.2021
Дата публикации: 29.12.2021

The article was submitted: 12.10.2021
Approved after reviewing: 29.11.2021
Accepted for publication: 08.12.2021
Date of publication: 29.12.2021