

УДК 341:346
Научная специальность: 5.1.2; 5.1.3
<https://doi.org/10.47361/2542-0259-2024-2-38-38-45>

ISSN: 2542-0259
© Российское конкурентное право
и экономика, 2024

Правовое регулирование деятельности цифровых платформ и антимонопольный контроль: практика применения

Карапетян А.А.,

Федеральная антимонопольная
служба,
125993, Россия, г. Москва,
Садовая-Кудринская ул., д. 11

Аннотация

Освещены некоторые коллизии и пробелы правового регулирования деятельности цифровых площадок, в частности маркетплейсов.

Отмечено, что в настоящее время в сфере электронной торговли сложилась такая ситуация, при которой цифровые платформы (маркетплейсы) перестали играть роль исключительно информационных посредников, передающих информацию о товаре от продавца к покупателю с дистанционной возможностью заключения между ними договора купли-продажи.

В доктрине конкурентного права общепринятым является классический подход, согласно которому хозяйствующий субъект, доминирующий на каком-либо рынке, может при определенных условиях подпадать под критерии злоупотребления доминирующим положением. Пятый антимонопольный пакет позволяет совершенствовать доктринальные подходы к установлению злоупотребления доминирующим положением специальными субъектами.

Позиции ФАС России, сформулированные в связи с необходимостью регулирования сложных отношений по защите конкуренции на товарных рынках, где есть признаки сетевых эффектов, играют важную роль для осуществления антимонопольными органами полномочий по пересечению монополистической деятельности на товарных рынках и формирования единообразного подхода в правоприменительной практике по делам о нарушении антимонопольного законодательства владельцами транзакционных цифровых платформ.

Определены новые подходы к применению соответствующего правового регулирования, в том числе на смежных рынках, по результатам проведенного анализа норм антимонопольного законодательства, законодательства о торговой деятельности и конкретных решений антимонопольного органа, связанных с применением ст. 10¹ Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции».

Ключевые слова: цифровые платформы; злоупотребление доминирующим положением; торговля; правовое регулирование; сетевой эффект; маркетплейсы.

Для цитирования: Карапетян А.А. Правовое регулирование деятельности цифровых платформ и антимонопольный контроль: практика применения // Российское конкурентное право и экономика. 2024. № 2 (38). С. 38-45. <https://doi.org/10.47361/2542-0259-2024-2-38-38-45>

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов

Legal Regulation of Digital Platforms and Antimonopoly Control: Application Practice

Armenugi A. Karapetyan,
FAS Russia,
Sadovaya-Kudrinskaya str., 11,
Moscow, 125993, Russia

Abstract

The article highlights some conflicts and gaps in the legal regulation of the activities of digital platforms, in particular marketplaces.

Currently, in the field of e-commerce, a situation has arisen in which digital platforms (marketplaces) have ceased to play the role of exclusive information intermediaries, transmitting information about the product from the seller to the buyer with remote communication between them under sales contracts.

In the doctrine of competition law, the classical approach is generally accepted, according to which an economic entity dominating a market may fall under the criteria of abuse of a dominant position. The "Fifth Antimonopoly Package" makes it possible to improve doctrinal approaches to the establishment of abuse of a dominant position by special subjects.

The positions of the FAS Russia, which appeared in connection with the need to regulate complex relations to protect competition in commodity markets, where there are signs of "network effects", have an important role for the exercise by antimonopoly authorities of powers to intersect monopolistic activities in commodity markets and the formation of a uniform approach in law enforcement practice in cases on violation of antitrust laws by owners of transactional digital platforms.

New approaches to the application of relevant legal regulation, including in related markets, have been identified based on the results of an analysis of the norms of antimonopoly legislation, legislation on trading activities and specific decisions of the antimonopoly authority related to the application of Article 10¹ of Federal Law of 26.07.2024 No. 135-FZ "On Protection of Competition".

Keywords: digital platforms; abuse of dominant position; trade; legal regulation; network effect; marketplaces.

For citation: Karapetyan A.A. Legal regulation of digital platforms and antimonopoly control: application practice // Russian Competition Law and Economy. 2024;(2(38)):38-45, (In Russ.). <https://doi.org/10.47361/2542-0259-2024-2-38-38-45>

The author declare no conflict of interest

Доминирующее положение является одной из значимых категорий в конкурентном праве [1]. С принятием пятого антимонопольного пакета¹ новые изменения затронули и статью, регламентирующую случаи установления злоупотребления доминирующим положением. Новеллой, предусмотренной поправками в Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции»² (далее по тексту — Закон о защите конкуренции), является норма о запрете монополистической деятельности владельцами цифровых платформ.

Возникает вопрос, применимы ли классические методы анализа рынка для определения доминирующего положения к владельцам цифровых платформ. До введения специальных норм на цифровые платформы распространялись требования ст. 10 Закона о защите конкуренции, которые являются общими для всех доминирующих хозяйствующих субъектов. Так, антимонопольному органу в рамках своих полномочий по выдаче предписаний о прекращении злоупотребления хозяйствующим субъектом доминирующим положением и о возбуждении дел необходимо было провести анализ рынка в соответствии с приказом ФАС России от 28.04.2010 № 220 «Об утверждении Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке» (далее по тексту — Порядок № 220), признать хозяйствующего субъекта доминирующим на конкретном товарном рынке и в случае нарушения, а именно злоупотребления доминирующим положением, выдать предупреждение или сразу возбудить дело по признакам нарушения антимонопольного законодательства [3].

На данном этапе развития антимонопольного регулирования регулятор пришел к такому подходу, согласно которому нетранзакционные цифровые платформы подпадают под действие норм классического доминирования, а для транзакционных цифровых платформ необходимо доказать в том числе наличие специального свойства товарного рынка — сетевого эффекта.

В свою очередь в законодательстве отсутствует понятие «цифровые платформы», что осложняет установление контроля над деятельностью их владельцев. Данный факт подтверждает необходимость не только доктринального толкования понятия «цифровые платформы», которое в том числе охватывает понятия «маркетплейсы, агрегаторы»³, но и важность его законодательного раз-

граничения с другими смежными понятиями, в том числе с помощью обращения к зарубежному опыту [2].

Основные характеристики цифровых платформ и их значение для российского и зарубежного опыта

В одном иностранном исследовании была представлена концепция цифровой платформы, которая определяет любую платформу как отдельную инфраструктуру или коммерческий рынок, позволяющий осуществлять транзакции в форме обмена между предприятиями (B2B), бизнес-клиентами (B2C) или даже между клиентами (C2C) [6].

Поэтому считается, что цифровые платформы обладают рядом характеристик, которые, с одной стороны, объясняют их востребованность для ведения предпринимательской или иной экономической деятельности, а с другой стороны, объясняют необходимость унифицированного правового регулирования деятельности их владельцев с точки зрения конкурентного права [4].

Во-первых, благодаря выбору такой формы ведения бизнеса, как цифровая платформа, происходит значительное снижение транзакционных издержек на поиск поставщиков и контрагентов, поиск информации и мониторинг изменений на конкретном рынке, на размещение рекламы, взаимодействие между участниками рынка при приобретении товаров и выполнении работ (услуг). Иными словами, взаимодействие с контрагентами в цифровой инфраструктуре отличается от взаимодействия сторон в традиционной торговле. А товарный рынок, где участниками признаются цифровые платформы, является самостоятельным в силу своей специфики и требует немалых финансовых затрат на производственные процессы.

Например, положение на рынке таких цифровых платформ, как Wildberries, Ozon, «Яндекс.Маркет», было проанализировано на предмет наличия доминирующего положения на рынке владельцев агрегатора информации о товарах. На основании данных, полученных в рамках проведения анализа рынка и установления временного интервала исследования продуктовых и географических границ, состава хозяйствующих субъектов и т. д. ФАС России был сделан вывод, отраженный в Аналитическом отчете о состоянии конкуренции на рынке услуг владельцев агрегатора информации о товарах (услугах) (маркетплейсов)⁴, о доминировании маркетплейсов

¹ Федеральный закон от 10.07.2023 № 301-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон “О защите конкуренции”» // СЗ РФ от 17.07.2023 № 29. Ст. 5319 (Дата обращения: 14.04.2024).

² СЗ РФ. 2006. № 31. Ст. 3434.

³ Закон Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей». URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/ (Дата обращения: 10.05.2024).

⁴ Аналитический отчет о состоянии конкуренции на рынке услуг владельцев агрегатора информации о товарах (услугах) (маркетплейсов) от 22.02.2024. URL: <https://fas.gov.ru/documents/689570> (Дата обращения: 10.05.2024).

Wildberries и Ozon, занимающих большую рыночную долю (47 и 35,5%). При этом установлено, что поведение действующих на рынке хозяйствующих субъектов с наличием сетевых эффектов увеличивает барьеры входа на рынок маркетплейсов, связанные с необходимостью осуществления значительных инвестиций.

Во-вторых, из-за достаточно быстрой трансформации цифровых рынков цифровые процессы, приводящие к созданию цифровых платформ, можно охарактеризовать как безюрисдикционные [7], что делает сложным применение традиционных подходов правового регулирования.

В Европейском союзе полностью вступил в силу Закон о цифровых рынках от 06.03.2024 (Digital Markets Act, DMA)⁵. В соответствии с этим актом цифровые платформы считаются доминирующими по количественным критериям, а DMA направлен на обеспечение конкуренции путем введения регулирующих положений и привлечения к ответственности в случае их нарушения. В список “gatekeepers”⁶ вошли шесть цифровых платформ, к которым относятся маркетплейсы, социальные сети, видеохостинг, операционные системы (Apple, Alphabet, Amazon, Meta)⁷.

В феврале 2022 г. крупные IT-компании присоединились к Принципам взаимодействия участников цифровых рынков⁸, которые разработаны совместно с российским антимонопольным органом. Данный механизм направлен на добровольное неосуществление недобросовестных практик по отношению к потребителям и контрагентам. Например, в соответствии с данными Принципами цифровой платформе следует обосновывать собственные действия по отношению к пользователям. При этом, как показывает практика ФАС России по выдаче предупреждений в связи с наличием признаков нарушения ст. 10¹ Закона о защите конкуренции, такие инструменты «мягкого права» не всегда являются действенными, что подтверждает довод о необходимости императивного регулирования.

Тем не менее опыт российского ведомства послужил базисом для введения Межгосударственным советом по антимонопольной политике (МСАП) Модельных принципов

и стандартов деятельности участников цифровых рынков на пространстве СНГ⁹. Поэтому можно с точностью сказать, что эффективность таких «мягких» методов выражается в обеспечении открытости и прозрачности деятельности цифровых платформ в условиях ведения бизнеса.

Регуляторные подходы деятельности цифровых платформ в смежных отраслях: последние инициативы

В Российской Федерации последние два года активно обсуждается вопрос о нормативном регулировании деятельности электронных площадок, в том числе вопрос разграничения компетенций данной проблематики и его отнесение в большей части к антимонопольному контролю.

Дополнительные требования к цифровым платформам разрабатываются в соответствии с законопроектом № 568223-8 «О государственном регулировании торговой деятельности агрегаторов информации о товарах в Российской Федерации и о внесении изменений в Федеральный закон “Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации”» (далее по тексту — Законопроект)¹⁰, который, с точки зрения законодателя, должен решить целый ряд проблемных вопросов, возникших в сфере электронной торговли, и предложить единообразие в правовом регулировании.

В соответствии с п. 4 ст. 2 Законопроекта под агрегатором информации о товарах, занимающим значимое положение на рынке, понимается «агрегатор информации о товарах, доля сделок, совершаемых между продавцами и покупателями (без учета сделок, совершаемых владельцем агрегатора информации о товарах как продавцом товаров на агрегаторе информации о товарах) посредством которого в стоимостном выражении превышает 20% от общего объема сделок, совершенных на агрегаторах информации о товарах в Российской Федерации за предшествующий календарный год».

ФАС России отмечает, что п. 2 ч. 1 ст. 10¹ Закона о защите конкуренции уже установлен специальный критерий для цифровых платформ, в том числе владельцев агрегатора информации о товарах, при превышении которого на них распространяются ограниче-

⁵ Regulation (EU) 2022/1925 on Contestable and Fair Markets in the Digital Sector (Digital Markets Act, DMA). URL: <https://perma.cc/7TEW-5TE6> (Дата обращения: 17.04.2024).

⁶ Gatekeepers — list. URL: <https://perma.cc/52NU-896N> (Дата обращения: 17.04.2024).

⁷ Признана экстремистской и запрещена в Российской Федерации. — *Прим. авт.*

⁸ Принципы взаимодействия участников цифровых рынков (утверждены Протоколом заседания Экспертного совета при ФАС России по развитию конкуренции в области информационных технологий 22 сентября 2021 г.). URL: <https://fas.gov.ru/p/protocols/1666> (Дата обращения 10.04.2024).

⁹ Модельные принципы и стандарты деятельности участников цифровых рынков государств — участников СНГ (утверждены решением 54-го заседания Межгосударственного совета по антимонопольной политике от 9 июня 2023 г.). URL: <https://fas.gov.ru/news/32682> (Дата обращения 16.04.2024).

¹⁰ Законопроект № 568223-8 «О государственном регулировании торговой деятельности агрегаторов информации о товарах в Российской Федерации и о внесении изменений в Федеральный закон “Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации”». URL: <https://sozd.duma.gov.ru/bill/568223-8> (Дата обращения: 10.04.2024).

ния, установленные ст. 10 Закона о защите конкуренции (пятый антимонопольный пакет).

Законопроект предполагает системный подход в регулировании деятельности агрегаторов информации о товарах на территории Российской Федерации:

1. В случае реализации положений Законопроекта при решении вопроса о применении мер ответственности может возникнуть коллизия вводимых норм и положений Закона о защите конкуренции, которые носят общий характер и имеют более широкую возможность применения. Целесообразно исключить дополнительные положения, аналогичные запретам, установленным в Законе о защите конкуренции.

Необходимо отметить, что регулирование должно охватывать специфику деятельности маркетплейсов, которые, по сути, обеспечивают коммуникацию между продавцом и покупателем и другими участниками, и учесть интересы всех сторон.

2. Специфика правовых отношений, сложившаяся между цифровыми платформами и пользователями, является уникальной и осложненной многофункциональной структурой.

Требования к маркетплейсам не должны дублировать нормы для торговых сетей. Распространение требований таких норм на цифровые платформы, которые не осуществляют торговую деятельность и не входят в группу лиц с хозяйствующими субъектами, осуществляющими торговую деятельность посредством организации торговой сети, нецелесообразно, поскольку предмет регулирования деятельности цифровых платформ и взаимодействие с контрагентами отличается от взаимодействия лиц в традиционной торговле, поэтому применение к их деятельности требований, применяемых для торговых сетей, может замедлить и снизить функциональную привлекательность новых форм ведения бизнеса в сфере электронной торговли.

Законодательная инициатива предполагает, что именно ФАС России должна стать уполномоченным органом по контролю за соблюдением этих требований в рамках возбуждения и рассмотрения дел о нарушении законодательства в отношении цифровых платформ.

Актуальность выработки подходов отраслевого/антимонопольного регулирования деятельности цифровых платформ на рынке услуг владельцев агрегатора информации о товарах (услугах) (маркетплейсов) и «запрет на осуществление монополистической деятельности хозяйствующим субъектом, владеющим цифровой платформой»

Для целей применения антимонопольного контроля за цифровыми платформами в конце марта 2024 г. был отменен мораторий на антимонопольные проверки

ИТ-компаний¹¹. До отмены моратория у регулятора отсутствовала возможность проводить проверки в рамках своих полномочий.

В соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 24.03.2022 № 448 «Об особенностях осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля в отношении аккредитованных организаций, осуществляющих деятельность в области информационных технологий, и о внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации» в отношении включенных в реестр Минцифры России аккредитованных ИТ-компаний¹² не допускается проведение контрольных мероприятий по соблюдению обязательных требований антимонопольного законодательства в отношении ИТ-компаний, включенных в вышеуказанный реестр, до конца 2024 г. Отмена моратория позволила российскому антимонопольному органу применить новое уникальное регулирование в российском конкурентном праве к транзакционным платформам, которые в большинстве случаев являются маркетплейсами.

Теперь же антимонопольному органу необходимо сформировать либо совершенно новые, неизвестные российской юридической науке подходы к регулированию деятельности цифровых платформ и правоприменительную практику в рамках введения нового, специального регулирования, либо усовершенствовать старые доктринальные подходы, известные науке конкурентного права.

Как показывает анализ предупреждений ФАС России, выданных во втором квартале 2024 г., действия хозяйствующих субъектов — владельцев транзакционных цифровых платформ подпадают исключительно под ст. 10¹ Закона о защите конкуренции с прямой отсылкой к ст. 10 Закона о защите конкуренции, применение которой, в свою очередь, является императивной для целей предупреждения и пресечения монополистической деятельности.

При этом ст. 10¹ Закона о защите конкуренции установлен запрет на осуществление монополистической деятельности хозяйствующим субъектом, владеющим цифровой платформой.

В соответствии с ч. 1 указанной статьи запрещаются действия (бездействие), предусмотренные ч. 1 ст. 10 Закона о защите конкуренции, совершаемые хозяйствующим субъектом, владеющим цифровой платформой и обеспечивающим посредством ее использования со-

¹¹ Постановление Правительства Российской Федерации от 20.03.2024 № 340 «О внесении изменений в постановление Правительства Российской Федерации от 24 марта 2022 г. № 448» // СЗ РФ от 25.03.2024 № 13. Ст. 1809 (Дата обращения: 01.05.2024).

¹² См.: <https://www.gosuslugi.ru/itorgs> (Дата обращения: 01.05.2024).

вершение сделок между иными лицами, выступающими продавцами и покупателями определенных товаров, при наличии в совокупности следующих условий:

1) сетевой эффект дает такому хозяйствующему субъекту возможность оказывать решающее влияние на общие условия обращения товара на товарном рынке, на котором совершение сделок между продавцами и покупателями осуществляется посредством цифровой платформы, и (или) устранять с этого товарного рынка других хозяйствующих субъектов, и (или) затруднять доступ на этот товарный рынок другим хозяйствующим субъектам;

2) доля сделок, совершаемых между продавцами и покупателями посредством цифровой платформы, превышает в стоимостном выражении 35% общего объема сделок, совершаемых на соответствующем товарном рынке;

3) выручка такого хозяйствующего субъекта за последний календарный год превышает 2 млрд руб.

С учетом изложенного действия российских цифровых платформ (маркетплейсов) по ограничению возможности реализации товаров в отношении хозяйствующих субъектов могут рассматриваться антимонопольным органом на предмет нарушения запрета, установленного ч. 1 ст. 10¹ Закона о защите конкуренции при условии наличия совокупности условий, закрепленных в п. 1—3 ст. 10¹ Закона о защите конкуренции.

В этой связи предлагается рассмотреть особенности применения ст. 10¹ Закона о защите конкуренции и практику ее применения.

Регулятор выдал предупреждение в адрес ООО «Интернет решения» (маркетплейс Озон)¹³ в соответствии со ст. 39¹ Закона о защите конкуренции, так как были установлены обстоятельства, в совокупности свидетельствующие о наличии признаков нарушения антимонопольного законодательства. Анализ предупреждения показал, что нарушения выражаются в совокупности действий, предусмотренных п. 3 и 5 ч. 1 ст. 10 Закона о защите конкуренции, путем отказа (уклонения) в заключении договора со стороны маркетплейса Озон с некоторыми продавцами, а также навязывания контрагентам маркетплейса Озон невыгодных условий договора: запрета на размещение контактной информации продавца, в том числе информации о сайте продавца в информационно-коммуникационной сети Интернет; подключение услуг без согласия продавца; неопределенности в принятии к продавцам решения о расторжении договора; неопределенности в применении к продавцам санкций за нарушение условий договора.

ФАС России квалифицировала, исходя из системного толкования норм антимонопольного законодательства, действия (бездействие) владельца маркетплейса Озон по принуждению контрагента к принятию условий договора, невыгодных для него или не относящихся к предмету договора, как нарушение запрета на злоупотребление именно доминирующим положением.

Аналогичная практика применения ФАС России нормы о запрете на осуществление монополистической деятельности владельцами маркетплейсов сформировалась и в выдаче предупреждения ООО «Вайлдберриз»¹⁴ по признакам нарушения ст. 10¹ Закона о защите конкуренции, выразившимся в совершении действий, предусмотренных п. 3 ч. 1 ст. 10 Закона о защите конкуренции, которые в совокупности соответствуют трем условиям: ярко выраженные сетевые эффекты по отношению к продавцу и покупателю; доля сделок между продавцами и покупателями посредством маркетплейса превышает 35%; выручка за год превышает 2 млрд. руб.

Несомненно, антимонопольный орган в своей практике подходит дифференцировано к вопросу правовой квалификации действий цифровых платформ в антимонопольных делах [5].

До введения специального антимонопольного регулирования в некоторых делах регулятор квалифицировал действия владельца цифровой платформы по ч. 1 ст. 10 Закона о защите конкуренции, то есть как нарушение общего запрета (решение по результатам рассмотрения дела о нарушении антимонопольного законодательства владельцем цифровой платформы iOS¹⁵, решение в отношении владельца нетранзакционной цифровой платформы YouTube), а в некоторых действовали специальные запреты, подпадающие под действие п. 3 и 9 ч. 1 ст. 10 Закона о защите конкуренции (дело в отношении транзакционной цифровой платформы по бронированию средств размещения Booking.com, дело в отношении цифровой платформы HeadHunter (hh.ru)¹⁶).

На сегодняшний день, как показывает практика, антимонопольный орган идет по пути буквального тол-

¹³ Предупреждение № МШ/35681/24 от 24.04.2024. URL: <https://br.fas.gov.ru/ca/upravlenie-regulirovaniya-svyazi-i-informatsionnyh-tehnologiy/ca7b2ba4-9c7a-4719-a9ed-f9f1f8322b10/> (Дата обращения 14.05.2024).

¹⁴ Предупреждение № МШ/29998/24 от 09.04.2024 // <https://br.fas.gov.ru/ca/upravlenie-regulirovaniya-svyazi-i-informatsionnyh-tehnologiy/3b545e6c-8f90-47c3-9cbd-eac570c754c7/> (Дата обращения 14.05.2024).

¹⁵ См.: Решение ФАС России от 24 февраля 2022 г. № 11/01/10-12/2021 // <https://br.fas.gov.ru/ca/upravlenie-regulirovaniya-svyazi-i-informatsionnyh-tehnologiy/030a28e3-c8d9-4129-b4ba-26c5013d9457/> (Дата обращения: 01.05.2024).

¹⁶ См.: Решение ФАС России от 23 января 2020 г. № 11/01/10-9/2019 // <https://br.fas.gov.ru/ca/upravlenie-regulirovaniya-svyazi-i-informatsionnyh-tehnologiy/8e4961ce-3f9c-4b37-9f4b-b2804deec88/> (Дата обращения: 01.05.2024).

кования новой нормы и применяет запреты на осуществление монополистической деятельности хозяйствующим субъектом, владеющим цифровой платформой, через квалификацию нарушений, подпадающих под действие нормы о злоупотреблении доминирующим положением.

Заключение

Целью установления правового регулирования деятельности цифровых платформ является защита благосостояния потребителей. Изучение нормативных правовых актов указывает не только на наличие отраслевого регулирования деятельности цифровых платформ, но и на предпосылки появления смежного регулирования, которое пересекается с правовым регулированием в сфере осуществления торговой деятельности и потребительских отношений.

Так, в рамках применения мер антимонопольного реагирования на нарушение цифровыми платформами антимонопольного законодательства, в том числе путем возможного предупреждения и пресечения монополистической деятельности, как одной из формы антимонопольного контроля, антимонопольному органу следует правильно квалифицировать такие нарушения и с учетом наличия сетевых эффектов.

Антимонопольный орган обязан доказать не только наличие в совокупности специальных критериев при действиях хозяйствующих субъектов, владеющих цифровой платформой, но и что поведение хозяйствующего субъекта подпадает под общий запрет *per se* или образует один из видов злоупотребления, названных в п. 1—11 ч. 1 ст. 10 Закона о защите конкуренции¹⁷.

В противном случае такие меры, скорее всего, будут оспорены хозяйствующими субъектами, действия которых были квалифицированы в том числе как злоупотребление доминирующим положением с признаками наличия сетевых эффектов и других критериев.

На основе анализа приведенной практики можно сделать вывод о положительном влиянии существующего антимонопольного регулирования и, как следствие, однозначности и определенности вынесенных антимонопольных решений. ■

Список источников [References]

1. Актуальные вопросы конкурентного права: современные тенденции и перспективы развития: Моно-

графия / Московское отделение Ассоциации юристов России; Комиссия по совершенствованию антимонопольного законодательства / Отв. ред. М. А. Егорова. М.: Юстицинформ, 2020. 208 с. ISBN 978-5-7205-1642-0 [Current issues of competition law: current trends and development prospects: Monograph / Moscow branch of the Association of Lawyers of Russia; Commission for the Improvement of Antimonopoly Legislation / ed. M. A. Egorova. M.: Justitsinform, 2020. 208 p. ISBN 978-5-7205-1642-0. (In Russ.)]

2. Дехтярь И. Н., Конина Е. Н. Вопросы применения положений антимонопольного законодательства к деятельности цифровых платформ // Гуманитарные и юридические исследования. 2022. Т. 9. № 1. С. 111–117.
<https://doi.org/10.37493/2409-1030.2022.1.13> [Dekhtyar I. N., Konina E. N. Issues of application of anti-monopoly legislation provisions to the activities of digital platforms // Humanities and Law Research. 2022;9(1):111-117. (In Russ.).
<https://doi.org/10.37493/2409-1030.2022.1.13>]
3. Князева И. В. Актуальные вопросы проведения анализа состояния конкуренции на товарных рынках. Методологический комментарий: Монография / И. В. Князева, С. Н. Чирихин. Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2020. 289 с. ISBN 978-5-7782-4095-7 [Knyazeva I. V. Key consideration on analysis of the state of competition on the goods markets. Methodological commentary: Monograph / I. V. Knyazeva, S. N. Chirikhin. Novosibirsk: Izd-vo NSTU, 2020. 291 с. ISBN 978-5-7782-4095-7. (In Russ.)]
4. Маслов А. О. Цифровые рынки в конкурентном праве // Журнал предпринимательского и корпоративного права. 2019. № 2(14). С. 55–60 [Maslov A. O. Digital markets in competition law // Journal of Entrepreneurship and Corporate Law. 2019;(2):55-60. (In Russ.)]
5. Маслов А. О. Антимонопольное регулирование и цифровые платформы: дело Apple Inc. v. Pepper // Российское конкурентное право и экономика. 2020. № 4(24). С. 52–59.
<https://doi.org/10.47361/2542-0259-2020-4-24-52-59> [Maslov A. O. Antitrust and digital platforms in competition law: Apple Inc. v. Pepper case // Russian Competition Law and Economy. 2020;(4):52-59. (In Russ.).
<https://doi.org/10.47361/2542-0259-2020-4-24-52-59>]
6. Diane Coyle. Practical competition policy implications of digital platforms. 2018. P. 4. URL:
https://www.bennettinstitute.cam.ac.uk/media/uploads/files/Practical_competition_policy_tools_for_digital_platforms.pdf
7. Князева И. В., Айтжанов А. Т., Бычкова Е. С. Цифровые платформы как объекты регулирования: проблемы совершенствования антимонопольного законодательства в государствах — членах ЕАЭС //

¹⁷ 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. 2021. № 5.

Российское конкурентное право и экономика. 2021. № 4(28). С. 8—17.

<https://doi.org/10.47361/2542-0259-2021-4-28-8-17>

[Knyazeva I. V., Aitzhanov A. T., Bychkova Ye. S. Digital platforms as objects of regulation: issues of development of antitrust legislation in the EAEU member states // Russian competition law and economy. 2021;(4):8-17. (In Russ.).

<https://doi.org/10.47361/2542-0259-2021-4-28-8-17>

Сведения об авторе

Карапетян Арменуги Арсеновна: магистр юриспруденции, консультант отдела информационных технологий Управления регулирования связи и информационных технологий Федеральной антимонопольной службы

arminek1999@mail.ru

Статья поступила в редакцию: 25.04.2024

Одобрена после рецензирования: 14.05.2024

Принята к публикации: 15.05.2024

Дата публикации: 28.06.2024

The article was submitted: 25.04.2024

Approved after reviewing: 14.05.2024

Accepted for publication: 15.05.2024

Date of publication: 28.06.2024