
КАРЦХИЯ А.А.¹, ПАВЛЕНКО В.Р.² НОВЫЕ ВЫЗОВЫ АНТИМОНОПОЛЬНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ (Статья)

Аннотация. В статье рассматриваются особенности формирования цифровых рынков и их влияния на сферу конкуренции. Показано, что современные технологии, такие как искусственный интеллект и большие данные, все шире используются для целей недобросовестной конкуренции, что создает принципиально новые типы нарушений. Это побуждает антимонопольные органы разрабатывать новые подходы к регулированию цифровых рынков, что продемонстрировано на примерах России, США и Евросоюзе.

Ключевые слова: цифровые рынки; цифровые платформы; сетевые эффекты; конкурентное право; антимонопольное законодательство; злоупотребление доминирующим положением; экономическая концентрация.

KARTSKHIYA A.A., PAVLENKO V.R. New Challenges of Antimonopoly Regulation in the Context of Digitalization (Article)

Abstract. The article examines the features of the formation of digital markets and their impact on the sphere of competition. It is shown that modern technologies such as artificial intelligence and big data are increasingly being used for the purposes of unfair competition, which creates fundamentally new types of violations. This encourages antimonopoly authorities to develop new approaches to regulating digital markets, as demonstrated by the examples of Russia, the United States and the EU.

¹© Карцхия Александр Амиранович, профессор кафедры гражданско-правовых дисциплин РГУ нефти и газа (НИУ) имени И.М. Губкина, доктор юридических наук.

²© Павленко Варвара Романовна, бакалавр РГУ нефти и газа (НИУ) имени И.М. Губкина.

Keywords: digital markets; digital platforms; network effects; competition law; antimonopoly legislation; abuse of a dominant position; economic concentration.

Для цитирования: Карцхия А.А., Павленко В.Р. Новые вызовы антимонопольного регулирования в условиях цифровизации (Статья) // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 4: Государство и право. – 2026. – № 3. – С. 147–163. – DOI: 10.31249 /iajpravo/2026.03.11

Введение

Цифровые платформы способствовали технологическому прогрессу и привели к появлению ряда новых бизнес-моделей, а также новых продуктов и услуг. Эти инновации на цифровых рынках стали важной движущей силой экономического роста с конца XX в., а также развития сферы потребления, создав множество преимуществ для потребителей. Однако этот значительный прогресс не обошелся без проблем, одной из которых является риск высокой концентрации на цифровых рынках, который создают крупные технологические компании по всему миру.

Многие проблемы конкуренции, связанные с цифровыми платформами, носят вертикальный или конгломеративный характер, что наряду с трудностями в оценке возможного развития рынков усложняет, в частности, контроль за слияниями и экономической концентрацией. Спецификой цифровых рынков является также сложность, длительность и затратность судебных разбирательств и антимонопольных расследований против цифровых платформ.

Сегодня перед Российской Федерацией стоит задача достичь «цифровой зрелости» ключевых отраслей экономики и социальной сферы, включая здравоохранение и образование, за счет внедрения информационных технологий, платформенных решений, технологий обработки больших данных, машинного обучения и искусственного интеллекта. Для реализации этой задачи, в первую очередь, планируется развить отечественную инфраструктуру передачи и обработки данных, создать собственные электронные платформы в ключевых секторах экономики и в государственном управлении.

Особенности цифрового рынка

Определение рынка, являющееся ключевым элементом для большинства видов конкуренции (в частности, случаев злоупотребления доминирующим положением), стало более сложной задачей в результате растущего распространения «рынков с нулевыми ценами» (предложение цифровыми платформами своих услуг «бесплатно» или в обмен на данные пользователей) и использования платформ для вспомогательных направлений бизнеса, которые становятся конкурентами для основного бизнеса компании. Это часто сопровождается внедрением практики самоопределения.

Традиционные инструменты анализа рынков, основанные на реакции потребителей на изменения цен (покупательских привычек), плохо подходят для цифровых рынков. В цифровой экономике потребителю сложнее определять цену или объем производства. Цифровая экономика представляет собой вызов для антимонопольного регулирования. Ключевыми характеристиками цифровых рынков являются сетевые эффекты, многогранность платформ, высокая скорость инноваций, а также роль больших данных как ключевого актива, определяющего рыночную власть. Существующее понятие «товарный рынок», как отмечают ряд авторов¹, не учитывает результаты внедрения цифровых технологий, их трансграничный характер, появление посредников между продавцом и покупателем товара в виде цифровых платформ и лиц, создающих для управления ими программы для ЭВМ, предпочтительный режим использования цифровых технологий как результатов интеллектуальной деятельности, что в совокупности может привести к искажению картины состояния конкуренции, изменить баланс сил и приоритетов на конкретном товарном рынке. Все это затрудняет и определение товарного рынка, и анализ состояния конкуренции по существующим правилам, и мониторинг состояния и развития конкуренции, требует пересмотра понятия «конкуренция» и выработки понятия «цифровой товарный рынок». Спецификой цифровых рынков является также сложность, длительность и затратность

¹ Петров Д.А. Конкуренция и конкурентная политика в условиях цифровизации экономики // Право и цифровая экономика. – 2022. – № 1. – С. 5–13; Ашфа Д.М. Антиконтентные практики на цифровых рынках и правовые способы их пресечения // Журнал российского права. – 2024. – № 4. – С. 89–102; Егорова М.А., Хохлов Е.С. Современные проблемы анализа товарных рынков для целей антимонопольного регулирования // Актуальные проблемы российского права. – 2021. – Т. 16, № 1(122). – С. 117.

судебных разбирательств и антимонопольных расследований против цифровых платформ¹.

Теоретическое осмысление рыночной власти в цифровую эпоху требует пересмотра классических постулатов. Развитие технологий обработки больших данных позволяет продавцам собирать и анализировать пользовательскую информацию, которая может быть применена для ценовой дискриминации, что актуализирует вопрос об основаниях для особого режима антимонопольного регулирования. Для цифровых компаний следует применять особые инструменты оценки рыночного доминирования, учитывающие стремительность развития, специфику товарного рынка (глобальность, многосторонность, платформенность), сетевые эффекты и роль данных.

Кроме того, крупные технологические компании занимают чрезвычайно высокие рыночные доли, а в цифровых секторах по всему миру наблюдается высокий уровень рыночной концентрации, что отражает трансграничный характер таких услуг. Цифровые платформы в предпринимательской сфере (маркетплейсы) являются ключевым звеном цифрового рынка и представляют собой, чаще всего, один из способов дистанционной розничной торговли через сеть Интернет, но имеют ряд особенностей, которые позволяют потребителю ознакомиться с имеющимися предложениями продавцов товаров (услуг), с описанием товара, а продавцам предложить свои товары (услуги), заключить договоры купли-продажи товара или оказания услуг, оплатить товар (услугу) в наличной или безналичной форме².

Вместе с тем цифровые платформы рассматриваются, по мнению ряда авторов³, как «тип технологической архитектуры» программного продукта и являются основой для более широкого спектра приложений информационных систем, таких как системы планирования, компьютерные операционные системы, интернет-

¹ Global Competition Law and Policy Approaches to Digital Markets, UNCTAD. – 2024. – URL: <https://shop.un.org/> (дата обращения: 27.04.2026).

² Терещенко Л.К. Антимонопольное регулирование и цифровые платформы // Цифровые платформы – организационно-правовая форма взаимодействия в обществе: монография / Н.С. Волкова, А.С. Емельянов, А.А. Ефремов [и др.]; отв. ред. Л.К. Терещенко; Ин-т законодат. и сравн. правоведения при Правительстве РФ. – Москва: Инфотропик Медиа, 2025. – С. 112.

³ Харитоновна Ю., Санникова Л. Цифровые платформы в Китае и Европе: правовые проблемы // *Юридический журнал БРИКС*. – 2021. – Т. 8, № 3. – С. 121–147.

каналы связи, веб-браузеры, сайты электронной коммерции и сайты социальных сетей. К примеру, немецкое антимонопольное ведомство описывает платформы как все интернет-компании, предоставляющие посреднические услуги, которые позволяют осуществлять прямое взаимодействие между двумя или более различными группами пользователей, подключенных к Интернету, посредством косвенных сетевых эффектов¹.

Аналогичным образом Европейская комиссия определила онлайн-платформу как предприятие, работающее на двух или многосторонних рынках, которые используют Интернет для обеспечения взаимодействия между двумя или более различными, но взаимозависимыми группами пользователей с целью создания ценности по крайней мере для одной из групп. В узком смысле понятие «платформа» используется в Директиве ЕС об онлайн-платформах – посредниках (Законом ЕС о цифровых услугах = *Digital Services Act, DSA*)², которая определяет цифровую платформу как услугу информационного общества, доступную через Интернет или аналогичные цифровые средства, которая позволяет клиентам заключать контракты с поставщиками товаров, услуг или цифрового контента. DSA применяется к онлайн-посредникам и платформам, которые предлагают услуги пользователям в ЕС, независимо от их местонахождения, а правила дифференцированы в зависимости от роли, размера и воздействия платформы. К онлайн-посредникам и платформам относятся, например:

- интернет-провайдеры и регистраторы доменных имен (сетевые инфраструктурные услуги);
- хостинг-провайдеры (облачные хранилища, хостинги);
- онлайн-платформы (маркетплейсы, социальные сети, платформы обмена контентом, магазины приложений и др.).

Онлайн-платформы в европейской практике включают торговые площадки, интернет-магазины в виде программных приложений и / или торговли в социальных сетях, а также поисковые

¹ «Рыночная сила платформ и сетей». Рабочий документ немецкого антимонопольного ведомства (Arbeitspapier Marktmacht von Plattformen und Netzwerken) // Bundeskartellamt. – 2016. – Juni. – URL: https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/DE/Berichte/Think-Tank-Bericht-Zusammenfassung.pdf?__blob=publicationFile&v=2 (дата обращения: 10.05.2026).

² Вступил в силу 17.02.2024 г. и заменил Директиву об электронной коммерции, превратив ее в Регламент, который действует напрямую на всей территории Евросоюза и не включается в национальное законодательство.

системы в Интернете, независимо от места их регистрации, при условии, что они обслуживают бизнес-пользователей, зарегистрированных в ЕС, и что они предлагают товары или услуги потребителям, которые также находятся в границах Евросоюза. Основной причиной создания особого регулирования цифровых платформ в ЕС было обеспечение прозрачной, справедливой и предсказуемой онлайн-среды для бизнеса.

В последние несколько лет международное сообщество и юристы, специализирующиеся на антимонопольном законодательстве, отмечают расширяющееся внедрение в цифровую экономику технологий ИИ и, в частности, на алгоритмическое ценообразование, его влияние на конкуренцию и поиск соответствующих мер реагирования в рамках антимонопольного законодательства. Компании по всему миру все чаще используют алгоритмы и искусственный интеллект в своей деятельности – от разработки продуктов до производства и маркетинга. Экспоненциальное развитие этих технологий и их специфическое влияние на поведение потребителей, конкуренцию и даже защиту персональных данных все чаще становятся предметом внимания регулирующих органов по всему миру. Однако на большинстве рынков эти технологии пока используются не очень активно, и у антимонопольных органов было мало возможностей выявить проблемы с конкуренцией¹.

Использование динамического ценообразования, к примеру, позволяет устанавливать цены в зависимости от поведения конкурентов, спроса и других факторов, обеспечивая компаниям более выгодные позиции на рынке. Технологии анализа больших данных дают возможность учитывать множество факторов в процессе ценообразования (временные колебания спроса, потребительские предпочтения, прогнозы рынка). Современные системы динамического ценообразования обеспечивают моментальное обновление цен на основе заданных алгоритмов, что повышает оперативность принимаемых решений. В условиях цифровизации поведение потребителей становится более динамичным. Покупатели активно сравнивают цены и выбирают предложения с лучшим соотношением цены и качества. Компании же теперь могут учитывать поведение клиентов, создавая персонализированные ценовые предло-

¹ EU competition authorities zero in on antitrust risks of algorithmic pricing. – URL: <https://globalcompetitionreview.com/guide/digital-markets-guide/fifth-edition/article/eu-competition-authorities-zero-in-antitrust-risks-of-algorithmic-pricing#footnote-2> (дата обращения: 30.04.2026).

жения, что способствует повышению лояльности последних и увеличению продаж. Это, в свою очередь, позволяет компаниям увеличивать доходы за счет оптимального распределения спроса и минимизировать убытки путем гибкой реакции на снижение спроса или затоваривание, а также повышать рентабельность через эффективное использование больших данных и прогнозных моделей.

К примеру, Европейская комиссия в настоящее время проводит несколько расследований в отношении использования алгоритмических механизмов ценообразования. Несмотря на то что прецедентов, связанных с выявлением антиконкурентных алгоритмов ценообразования, нарушающих антимонопольное законодательство ЕС, по-прежнему очень мало, это не помешало разработке и публикации моделей и исследований по этой теме¹. Оценка конкурентных изменений на цифровом рынке часто основывается на теории вреда, причиняемого алгоритмами ценообразования, и их соответствии определениям, данным в ст. 101, 102 Договора о функционировании ЕС. К теориям вреда, наиболее часто упоминаемым в связи с алгоритмами ценообразования и антимонопольным законодательством ЕС, относятся: 1) алгоритмический сговор и 2) алгоритмическое одностороннее исключение конкурентов (хищническое ценообразование и скидки) и эксплуататорское поведение (завышенные цены, недобросовестная торговая практика и ценовая дискриминация). К этому списку также можно добавить нормативные ограничения на определенные алгоритмические методы ценообразования, введенные в соответствии с новым законодательством ЕС: Законом о цифровых рынках (*Digital Markets Act (DMA)*), Законом о цифровых услугах (*Digital Services Act, DSA*) и Законом об искусственном интеллекте (*Artificial Intelligence Act, AI Act*). Некоторые положения этих законов имеют ярко выраженную конкурентную составляющую (особенно в случае с DMA) и могут ограничить бесконтрольное использование алгоритмов ценообразования.

Факты, модели и исследования, проведенные в области алгоритмического ценообразования, не указывают однозначно на систематические антиконкурентные эффекты, особенно в условиях реальной экономики. Как подчеркивается Организацией экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), масштаб угрозы алго-

¹ Гирич М. «Цифровой картель»: могут ли алгоритмы ИИ вступить в сговор // ЭКОНС. – 2025. – 26.02. – URL: <https://econs.online/articles/opinions/tsifrovoy-kartel-mogut-li-algoritmy-ii-vstupit-v-sgovor/> (дата обращения: 10.05.2026).

ритмического сговора с участием автономных самообучающихся алгоритмов до сих пор вызывает споры в научной литературе, а известных случаев таких сговоров немного¹. В 2017 г. ОЭСР выпустила разъяснения (Summaries of Contributions) «Алгоритмы и сговор» (Algorithms and Collusion)², согласно которому использование ценовых алгоритмов само по себе не является правонарушением, но при определенных обстоятельствах может способствовать заключению и реализации антиконкурентных соглашений – как горизонтальных (сговор между компаниями), так и вертикальных. ОЭСР делит приложения алгоритмов в контексте ценообразования на два типа:

– *прогнозная аналитика* – алгоритмы, которые измеряют вероятность будущих результатов на основе анализа исторических данных. Они могут использоваться для оценки спроса, прогнозирования изменения цен, поведения клиентов и других изменений на рынке, влияющих на бизнес;

– *оптимизация бизнес-процессов* – алгоритмы, направленные на снижение производственных и транзакционных издержек, сегментацию клиентов или установление оптимальных цен в соответствии с рыночными условиями.

ОЭСР выделяет следующие риски, связанные с алгоритмическим ценообразованием, включая: а) возможность реализации явных соглашений о сговоре (например, алгоритмы могут анализировать данные о ценообразовании, выявлять отклонения и закреплять фиксированную цену); б) риск манипулирования на торгах; в) возможность самообучающихся алгоритмов вступать в сговор без участия человека. ОЭСР также подчеркивает, что алгоритмы могут использоваться для персонализированного ценообразования, что может повышать прибыль компаний, но при этом создавать риски для конкуренции, если алгоритмы применяются для дискриминации контрагентов или злоупотребления доминирующим положением³.

Однако зарубежный фокус внимания часто оставляет в тени специфику российского правового поля и правоприменительной практики. В то время как Европейский союз и США активно адаптируют свои антимонопольные институты к цифровым вызовам,

¹ Algorithms and collusion, OECD 2017. – URL: <https://www.oecd.org/en/events/2017/06/algorithms-and-collusion.html> (дата обращения: 30.04.2026).

² Ibid.

³ Ibid.

русская наука и практика находятся в процессе осмысления новых явлений. Как справедливо отмечают исследователи, алгоритмическое ценообразование создает вызовы ценовой непрозрачности и динамики, порождая ответные адаптивные стратегии потребителей, что требует переосмысления традиционных подходов к регулированию¹.

В Российской Федерации принят Федеральный закон от 31.07.2025 № 289-ФЗ «Об отдельных вопросах регулирования платформенной экономики в Российской Федерации», который регулирует отношения между операторами посреднических цифровых платформ (в частности, маркетплейсами и агрегаторами), их партнерами, пользователями и другими лицами в связи с продажей товаров, выполнением работ, оказанием услуг. Закон предусматривает создание специального реестра, в который должны быть внесены все посреднические цифровые платформы. Закон требует прозрачности алгоритмов и раскрытия контрагентам способов поиска и выдачи товаров. Не должно быть незаконного использования платформой персональных данных или запрещенного контента. Все карточки товаров и услуг подлежат проверке на соответствие требованиям: у продавца должны быть лицензии, сертификаты и нужная маркировка. Платформа обязана передавать сведения о доходах своих контрагентов в ФНС России. Закон вводит обязательный досудебный порядок урегулирования споров.

В России эти вопросы приобретают особую остроту: ФАС России уже столкнулся с новыми формами нарушений – от использования аукционных роботов до злоупотреблений доминирующим положением на рынках мобильных приложений. Как отмечают исследователи, российское антимонопольное законодательство в 2020–2023 гг. претерпело существенные изменения, связанные с принятием так называемого «пятого антимонопольного пакета» (Федеральный закон от 04.08.2023 г. № 301-ФЗ), которым в Федеральный закон от 26.07.2006 г. № 35-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции) были введены понятия «сетевой эффект», «цифровая платформа», «ценовой алгоритм», а также установлены особые критерии для признания доминирующим положения владельцев цифровых платформ с учетом сетевых

¹ Куркова Д.Н., Курбацкий А.Н. Механизмы адаптации потребителей к алгоритмическому ценообразованию // Управленец. – 2025. – Т. 16, № 5. – С. 67–83.

эффектов и контроля над данными¹. Эти изменения адаптировали регулирование к вызовам цифровой экономики, что, по мнению экспертов, открыло новые возможности для защиты конкуренции на динамично развивающихся рынках².

Перспективы антимонопольного регулирования цифровых рынков

Теоретическое осмысление рыночной власти в цифровую эпоху требует пересмотра классических постулатов. Развитие технологий обработки больших данных позволяет продавцам собирать и анализировать пользовательскую информацию, которая может быть применена для ценовой дискриминации, что актуализирует вопрос об основаниях для особого режима антимонопольного регулирования. Исследователи отмечают, что для цифровых компаний следует применять специальные инструменты оценки рыночного доминирования, учитывающие стремительность развития, специфику товарного рынка (глобальность, многосторонность, платформенность), сетевые эффекты и роль данных³.

Эпоха цифровых технологий поставила перед антимонопольным законодательством ряд сложных задач. Рост влияния технологических гигантов (цифровых, технологических платформ) действительно вызывает опасения с точки зрения доминирования на рынке и подавления конкуренции. Это связано с рядом факторов, включая барьеры для входа новых игроков, использование рыночной власти для антиконкурентных практик и преимущество в доступе к данным. Эти проблемы стимулируют развитие новых подходов в антимонопольном регулировании, а также вызывают интерес к технологиям, которые могут изменить конкурентную среду, например, к искусственному интеллекту (ИИ) и блокчейну. Ключевые проблемы доминирования технологических гигантов включают:

¹ Егорова М.А., Хохлов Е.С. Современные проблемы анализа товарных рынков для целей антимонопольного регулирования // Актуальные проблемы российского права. – 2021. – Т. 16, № 1 (122). – С. 117.

² Розанова Н.М. Картели в цифровой экономике // Проблемы прогнозирования. – 2025. – № 1 (208). – С. 202–210.

³ Егорова М.А., Кожевина О.В., Кинев А.Ю. Правовая защита конкуренции в условиях формирующихся цифровых рынков // Lex Russica. – 2021. – Т. 74, № 2 – С. 40–49.

Барьеры для входа на рынок. Значительные ресурсы и инвестиции, необходимые для конкуренции с крупными компаниями, затрудняют появление новых игроков. Технологические гиганты используют сетевые эффекты: чем больше пользователей и партнеров они привлекают, тем сильнее укрепляют свои позиции, что делает вход на рынок для стартапов и малых компаний крайне сложным.

Хищническое ценообразование. Доминирующие компании могут временно снижать цены или предлагать бесплатные услуги (например, за счет монетизации данных пользователей), чтобы вытеснить конкурентов с рынка. Это создает неравные условия конкуренции.

Преимущества в доступе к данным. Технологические гиганты аккумулируют огромные массивы данных, которые становятся ключевым ресурсом для развития продуктов и услуг, включая системы ИИ. Это создает значительный барьер для конкурентов, не имеющих доступа к таким объемам информации. Например, эксклюзивные партнерства с организациями (как в случае Microsoft с поставщиками медицинских услуг) или приобретение компаний с ценными данными (покупка Google Fitbit) усиливают их преимущество.

Создание закрытых экосистем. Интеграция сервисов (например, Google, YouTube, Gmail) позволяет компаниям удерживать пользователей и ограничивать их выбор, что снижает стимулы для конкуренции.

Использование рыночной власти для расширения влияния. Технологические гиганты могут использовать свое положение для доминирования на смежных рынках или для ограничения доступа конкурентов к ключевым ресурсам.

Доминирование технологических гигантов создает сложные вызовы для конкуренции, требующие баланса интересов в вопросах стимулирования инноваций и предотвращения антиконкурентных практик. Регуляторы ищут новые подходы, а цифровые технологии (блокчейн, ИИ) могут как усугублять, так и смягчать возникающие проблемы регулирования конкуренции в зависимости от условий их применения.

В связи с этим возрастает значение защиты данных в антимонопольном законодательстве, которая становится все более значимой в контексте антимонопольного регулирования. Практика показывает, что требуются более жесткие подходы в применении антимонопольного законодательства, например, в отношении

крупных многосторонних платформ (таких как Amazon или Google), из-за использования в бизнес-моделях этих платформ персональных и больших данных, собранных о пользователях. Антимонопольные органы по всему миру (во Франции, Германии, Сингапуре) оценивают влияние больших данных на применение антимонопольного законодательства¹.

В России регулирование цифровых платформ развивается в нескольких направлениях. Законы о финансовых маркетплейсах (№ 211-ФЗ и № 212-ФЗ, 2020) создали правовую основу для онлайн-супермаркетов финансовых продуктов. «Пятый антимонопольный пакет» (Федеральный закон от 04.08.2023 № 301-ФЗ) закрепил понятия «сетевой эффект», «цифровая платформа», «ценовой алгоритм» и особые критерии доминирования для владельцев платформ. Отдельным направлением антимонопольной практики стала обязательная предустановка российских приложений на технически сложные товары. Федеральный закон от 02.12.2019 № 425-ФЗ внес изменения в ст. 4 Закона РФ «О защите прав потребителей», предусмотрев обязательную предварительную установку российских программ на отдельные виды товаров. Порядок формирования перечня и выбора поисковой системы регламентирован постановлением Правительства от 18.11.2020 № 1867 (с изм. от 26.08.2023 № 1399). Мера стала результатом дел против компаний Google, Microsoft, Apple о злоупотреблении доминирующим положением на рынках операционных систем и магазинов приложений на российском рынке. Закон получил название «Закон против Apple» в связи с тем, что компания не позволяла устанавливать дополнительные программы на свои устройства дистрибьюторам.

Анализ региональной практики ФАС России, представленный в «Белой книге проконкурентных региональных практик за 2024 год» и «Черной книге антиконкурентных региональных практик за 2024 год» (ФАС России, 2025)², позволяет увидеть, как цифровые технологии и антимонопольные подходы реализуются на местах. В Московской области внедрен ИИ контроль уличной торговли: искусственный интеллект анализирует видеопоток системы

¹ Katz M.L. Multisided Platforms, Big Data, and a Little Antitrust Policy // Review of Industrial Organization. – 2019. – Vol. 54, N 4. – P. 695–716.

² Белая и черная книги / Федеральная антимонопольная служба России. – URL: <https://fas.gov.ru/pages/vazhnaya-informacziya/otkryitoe-vedomstvo/belaya-i-chnaya-knigi.html> (дата обращения: 30.04.2026).

«Безопасный регион», выявляя несанкционированные торговые точки с точностью 97%, что позволило сократить количество жалоб на незаконную торговлю на 16%, а число легальных нестационарных объектов увеличилось с 7668 до 8133. Там же создан онлайн-сервис «Цифросети», сокративший сроки согласования проектной документации с ресурсоснабжающими организациями с 12 месяцев до 14 рабочих дней¹. В Москве платформа «Открытый контроль» обеспечила дистанционное взаимодействие бизнеса с контрольными органами, благодаря чему количество мероприятий без взаимодействия с предпринимателями выросло на треть, достигнув около 64 тыс. В то же время «Черная книга» фиксирует случаи нарушения антимонопольных требований: в Челябинской области Министерство экологии при утверждении территориальной схемы обращения с отходами создало дискриминационные условия, перераспределив потоки ТКО в пользу АО «Ситиматик» и сократив загрузку конкурента более чем в 6,5 раз. В Забайкальском крае концессионное соглашение на строительство школы заключено без конкурса, суд признал его ничтожным, материалы переданы в правоохранительные органы. В Пензенской области муниципальные унитарные предприятия в сфере ЖКХ создавались в обход исключений, предусмотренных законом; после предупреждений ФАС нарушения устранены².

Эти примеры подтверждают, что цифровизация может быть инструментом как проконкурентных преобразований, так и создания новых барьеров, если ее применение не сопровождается должным антимонопольным контролем.

Антимонопольные органы начинают учитывать, как сбор и использование данных влияют на конкуренцию и благополучие потребителей. Среди ключевых вопросов можно выделить:

Слияния и поглощения с использованием данных. Приобретение компаний, обладающих большими массивами данных, может существенно повлиять на конкуренцию. Регуляторы все пристальнее следят за такими сделками.

Переносимость и совместимость данных. Возможность для потребителей переносить свои данные из одной компании в дру-

¹ Белая и черная книги / Федеральная антимонопольная служба России. – URL: <https://fas.gov.ru/pages/vazhnaya-informacziya/otkryitoe-vedomstvo/belaya-i-cher-naya-knigi.html> (дата обращения: 30.04.2026).

² Там же.

гую может повысить конкуренцию. Поэтому антимонопольные органы продвигают идею переносимости и совместимости данных.

Защита данных и благополучие потребителей. Сбор и использование данных могут существенно повлиять на права потребителей и это учитывается при оценке сделок по слиянию и поглощению.

Можно выделить и следующие новые тенденции, оказывающие влияние на конкуренцию¹. *Искусственный интеллект (ИИ)* способен как усиливать доминирование технологических гигантов (за счет использования их данных для обучения моделей), так и создавать новые возможности для конкуренции. С одной стороны, компании с доступом к качественным данным и вычислительным ресурсам получают преимущество в разработке ИИ-решений, что укрепляет их рыночную власть. С другой стороны, ИИ может способствовать инновациям и повышению эффективности в различных отраслях, открывая пути для новых игроков, если доступ к данным и технологиям будет более открытым.

Технология блокчейн потенциально может способствовать развитию конкуренции за счет децентрализации и повышения прозрачности и позволит создавать системы, где данные хранятся на компьютерах всех участников, что исключает возможность их монопольного контроля. Блокчейн может упростить логистику, снизить транзакционные издержки и повысить доверие между участниками рынка, что особенно важно для малого и среднего бизнеса. Однако внедрение блокчейна требует значительных усилий по интеграции и пока не стало массовым явлением в бизнесе.

В разных странах предпринимаются попытки адаптировать антимонопольное законодательство к потребностям цифровой эпохи. Например, в США технологические гиганты стали объектом антимонопольных расследований и исков. Обсуждаются меры, включая структурное разделение компаний и запрет на предпочтительное положение собственных продуктов. В Евросоюзе Закон о цифровых рынках (Digital Markets Act) вводит правила для «привратников» цифровых рынков – крупных платформ, доминирующих на рынке. Концентрация значительных массивов данных создает устойчивые барьеры входа и порождает три типа антиконкурентных практик: использование данных контрагентов

¹ Global Competition Law and Policy Approaches to Digital Markets, UNCTAD 2024. – URL: <https://shop.un.org/> (дата обращения: 30.04.2026).

против них (дело Amazon в ЕС, 2022)¹; отказ в доступе к незаменимым данным (дело Google)²; объединение данных (data pooling), приводящее к коллективному доминированию (дело WhatsApp). В российском контексте большие данные и расширенная аналитика становятся ключевыми активами, но могут создавать барьеры входа, требуя особых инструментов правового регулирования.

Антимонопольное регулирование в цифровой экономике сталкивается с новыми вызовами, связанными с сетевыми эффектами, алгоритмическим ценообразованием и цифровыми картелями. Эти явления требуют адаптации традиционных подходов и разработки специальных механизмов контроля. Сетевой эффект проявляется, когда ценность продукта или услуги для пользователя зависит от количества других пользователей, подключенных к системе. В контексте цифровых платформ сетевой эффект возникает, когда увеличение числа пользователей (например, покупателей и продавцов) усиливает рыночную власть платформы. Чем больше участников, тем выше ценность платформы для каждого из них. В России понятие «сетевой эффект» было закреплено в Федеральном законе «О защите конкуренции» после принятия «пятого антимонопольного пакета», согласно которому сетевой эффект – это влияние хозяйствующего субъекта, который через цифровые платформы обеспечивает взаимодействие продавцов и покупателей, на общие условия обращения товаров на рынке за счет увеличения числа таких участников. Можно выделить следующие критерии доминирования для цифровых платформ с учетом сетевых эффектов:

- доля платформы на рынке взаимозаменяемых услуг превышает 35%;
- выручка за последний календарный год превышает 2 млрд рублей;
- сетевые эффекты дают возможность оказывать решающее влияние на условия рынка, устранять конкурентов или затруднять доступ новых игроков.

¹ Antitrust: Commission accepts commitments by Amazon barring it from using marketplace seller data, and ensuring equal access to Buy Box and Prime // European Commission. – 2022. – 20.12. – URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_22_7777 (дата обращения: 30.04.2026).

² Case AT. 39740 Google Search (Shopping) // European Commission. – 2017. – 27.06. – URL: https://ec.europa.eu/competition/antitrust/cases/dec_docs/39740/39740_14996_3.pdf (дата обращения: 30.04.2026).

Алгоритмическое ценообразование предполагает использование программных систем для автоматического установления цен с учетом данных о спросе, ценах конкурентов, запасах, поведении пользователей и других параметрах. Такие алгоритмы позволяют оперативно реагировать на изменения рынка, но могут создавать риски для конкуренции. Антимонопольные риски алгоритмического ценообразования включают: 1) всеерные алгоритмы, которые используются для обмена информацией о ценах и поведении на рынке между конкурентами через третью сторону, что может быть квалифицировано как координация экономической деятельности; 2) алгоритмы «предсказуемый агент», т.е. независимые алгоритмы ценообразования могут быть запрограммированы на взаимодействие друг с другом (например, на прекращение конкурентной борьбы или установку одинаковых цен), что может быть расценено как картельное соглашение или согласованные действия; 3) мониторинг цен конкурентов, при котором компания копирует цены без объективных причин, что также может быть признано согласованными действиями или картельным соглашением.

Цифровой картель представляет собой антиконкурентное соглашение, реализуемое с помощью цифровых технологий, например, аукционных роботов или алгоритмов. Такие картели сложно обнаружить и доказать, так как используются специальные автоматизированные системы, затрудняющие отслеживание сговора. Возможны различные способы реализации цифровых картелей, и в частности:

- *аукционные роботы*, представляющие собой специальное программное обеспечение, интегрируемое в электронные торговые площадки, которое позволяет участникам торгов синхронизировать свои действия, например, устанавливать и поддерживать цены на торгах;

- *обмен данными через цифровые платформы*, при котором конкуренты могут использовать третьих лиц, цифровые платформы или агентов для обмена конфиденциальной информацией, что облегчает сговор;

- *настройка алгоритмов*, т.е. участники картеля могут специально настраивать алгоритмы (например, задавать команду «игнорировать» цены определенных конкурентов или «выравнивать» свои цены).

Заключение

Новые технологические тренды способны формировать новые бизнес-модели, логистические цепочки, способы управления бизнесов. Потенциал преобразования традиционных бизнес-моделей, внедрения новых форм инноваций и решения наиболее острых проблем, с которыми сегодня сталкиваются компании, ориентированы на тенденции, которые будут оказывать существенное влияние на развитие конкуренции и бизнеса в ближайшие годы, включая синергию человека и машины, которая объединяет физический и цифровой миры¹. Это заставляет антимонопольные органы во всем мире искать пути борьбы с антиконкурентными практиками цифровых платформ, что выливается в формирование принципиально нового пласта конкурентного права, регулирующего цифровые рынки.

¹ Карцхия А.А. Новые горизонты ИТ и инноваций: корпоративный аспект // Интеллектуальная собственность. Авторское право и смежные права. – 2025. – № 5. – С. 12–20.