Дата поступления рукописи в редакцию: 08.07.2026 г. DOI: 10.24412/2224-9133-2026-7-452-455
Дата принятия рукописи в печать: 30.07.2026 г.

МАСАЛИМОВА Эльвира Ирековна,
студентка юридического факультета
Финансового университета при Правительстве
Российской Федерации,
e-mail: masalimova.elvira@bk.ru

Научный руководитель:
БЕЛОУСОВ Андрей Леонидович,
канд. эконом. наук, доцент,
e-mail: mail@law-books.ru

ПРАВОВЫЕ МЕХАНИЗМЫ ПРЕСЕЧЕНИЯ ЗЛОУПОТРЕБЛЕНИЯ ДОМИНИРУЮЩИМ ПОЛОЖЕНИЕМ НА ЦИФРОВЫХ ПЛАТФОРМАХ

Аннотация. *Статья посвящена анализу правовых механизмов пресечения злоупотребления доминирующим положением на цифровых платформах в условиях стремительной трансформации рыночных отношений. Автор рассматривает феномен цифровой экономики как многоуровневой экосистемы, в которой платформы, формально выступая посредниками, фактически контролируют существенные условия сделок, создавая зависимость как для потребителей, так и для продавцов. Особое внимание уделяется принятому Федеральному закону № 301-ФЗ («пятому антимонопольному пакету»), вступившему в силу с 1 сентября 2023 года, который вводит принципиально новые для российского законодательства категории, включая понятие «сетевого эффекта» и количественные критерии доминирования. В работе исследуются антимонопольные риски, связанные с использованием больших данных (Big Data), такие как самопредпочтение, дискриминационное ценообразование и препятствование переносимости данных, а также рассматриваются проблемы контроля за сделками экономической концентрации на цифровых рынках. Отдельно анализируются сложности практической реализации закона, в частности доказывание нарушений в условиях алгоритмической непрозрачности и недостаток правовых инструментов для оценки поведения платформ. В заключении формулируются ключевые вызовы, сохраняющиеся в правовом регулировании: разграничение ответственности платформы как посредника и как самостоятельного участника рынка, правовая неопределённость в сфере оборота данных, а также необходимость выработки сбалансированного подхода, стимулирующего инновации, но не допускающего злоупотреблений (обеспечение баланса частных и публичных интересов). Автор приходит к выводу, что, несмотря на существенный прогресс в адаптации конкурентного права к реалиям цифровой экономики, требуется дальнейшее совершенствование правовых механизмов для обеспечения добросовестной конкуренции и защиты прав участников платформенных отношений.*

Ключевые слова: *Доминирующее положение, сетевой эффект, цифровая платформа, антимонопольное регулирование, большие данные, алгоритмическая непрозрачность, злоупотребление, конкуренция.*

MASALIMOVA Elvira Irekovna,
Student, Faculty of Law Financial University under the
Government of the Russian Federation

Supervisor:
BELOUSOV Andrey Leonidovich,
Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor

LEGAL MECHANISMS FOR SUPPRESSING ABUSE OF DOMINANT POSITION ON DIGITAL PLATFORMS

Annotation. *The article is devoted to the analysis of legal mechanisms for suppressing abuse of dominant position on digital platforms in the context of rapid transformation of market relations. The author examines the phenomenon of the digital economy as a multi-level ecosystem in which platforms, formally acting as intermediaries, actually control the essential terms of transactions, creating dependence for both consumers and sellers. Special attention is paid to the adopted Federal Law No. 301-FZ (the "Fifth Antimonopoly Package"), which entered into force on September 1, 2023, introducing fundamentally new categories for Russian legislation, including the concept of "network effect" and quantitative criteria for dominance. The work explores antimonopoly risks associated with the use of big data, such as self-preferencing, discriminatory pricing and hindering data portability, as well as examines the problems of control over economic concentration transactions in digital markets. The practical difficulties of implementing the law are analysed separately, in particular proving violations under conditions of algorithmic opacity and the lack of legal tools to assess platform behaviour. The conclusion formulates key challenges that persist in legal regulation: delimiting the liability of the platform as an intermediary and as an independent market participant, legal uncertainty in the field of data circulation, as well as the need to develop a balanced approach that stimulates innovation but does not allow abuses (ensuring a balance between private and public interests). The author comes to the conclusion that, despite significant progress in adapting competition law to the realities of the digital economy, further improvement of legal mechanisms is required to ensure fair competition and protect the rights of participants in platform relations.*

Key words: *Dominant position, network effect, digital platform, antimonopoly regulation, big data, algorithmic opacity, abuse, competition.*

Рынок цифровой экономики является быстроразвивающимся феноменом, который за последнее десятилетие прошел путь от простой автоматизации торговли до формирования сложных многоуровневых экосистем. Сегодня цифровизация проникает во все сферы жизни: от образования и медицины до государственного управления и банковского сектора. Главными источниками этого роста выступают повсеместное распространение информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», доступность мобильных устройств и, что самое важное, изменение потребительских привычек, поскольку для современного человека наибольшую ценность представляет скорость, удобство и персонализация. На данном этапе именно цифровые сервисы отвечают всем заявленным требованиям, так как они предлагают пользователю принципиально иной уровень взаимодействия с продавцом. В отличие от традиционных форм торговли или оказания услуг, цифровые платформы работают по принципу «здесь и сейчас»: товар можно найти за считанные секунды, сравнить сотни предложений, прочитать отзывы реальных покупателей и оформить доставку в пару кликов, при этом не выходя из дома. Мобильные приложения и сайты адаптируются под конкретного человека, запоминая его предпочтения, историю покупок и даже геолокацию, что позволяет формировать индивидуальные предложения. Именно эта способность к персонализации и мгновенному удовлетворению запросов кардинально меняет потребительские стандарты: пользователь быстро привыкает к тому, что сервис «понимает» его запросы, и уже не готов мириться с очередями, ограниченным ассортиментом или отсутствием информации о товаре или услуге. Формируется такое потребительское поведение, в рамках которого ключевыми факторами выбора становятся не столько цена или качество товара сами по себе, сколько качество цифрового опыта — удобство интерфейса, скорость обработки заказа, предсказуемость алгоритмических рекомендаций. Однако одновременно с этим возникает ряд рисков, связанных с особенностями работы онлайн-платформ. Алгоритмы, запоминающие предпочтения, историю покупок и геолокацию, создают возможность для скрытого манипулирования потребительским выбором [1, с. 79]. Создаются так называемые «пузыри фильтров», когда пользователю показываются только те товары, которые алгоритм считает релевантными на основе его прошлого поведения, что может искусственно ограничивать ассортимент и сужать потребительский спрос. Более того, сбор и анализ персональных данных, лежащий в основе персонализации, создает риски для конфиденциальности и информационной безопасности потребителей.

Для хозяйствующих субъектов данный риск заключается в том, что доступ на рынок опосредован самой платформой и соблюдением пользовательского соглашения. Более того, продавец не может напрямую выстроить отношения с клиентом — он вынужден соблюдать правила платформенной экосистемы, которая определяет, как его товар будет показан, по каким критериям ранжирован и за какую комиссию. Таким образом, возникает «зависимость» от цифровой платформы: для малого и среднего бизнеса потеря доступа к крупному маркетплейсу может означать факти-

ческое исчезновение с рынка, поскольку классические каналы не обеспечивают сопоставимого охвата аудитории.

В правовом поле описанные процессы ставят перед законодателем ряд принципиальных вопросов. Если в классическом понимании механизма функционирования рыночных отношений, где потребитель нуждается в защите от профессионального продавца, то в платформенной экономике возникает несколько взаимозависимых отношений: потребитель — платформа — продавец. Платформа, формально выступая посредником, фактически контролирует все существенные условия сделки: видимость товара, его ценовое позиционирование, условия доставки и возврата. При этом алгоритмический характер этого контроля делает его непрозрачным для внешнего наблюдения и труднодоказуемым с точки зрения юридической ответственности. Именно данное противоречие, которое возникло между растущей зависимостью потребителей и продавцов от цифровых платформ и непрозрачностью механизмов, с помощью которых платформы реализуют свою власть, является главным вызовом законодателя.

Принятие Федерального закона № 301-ФЗ [2], вступившего в силу с 1 сентября 2023 года, стало ключевым этапом к адаптации современного российского конкурентного права к реалиям цифровой экономики. Данный Закон, поименованный как «пятый антимонопольный пакет», был разработан в целях совершенствования антимонопольного регулирования в условиях развития цифровых рынков, а также предупреждения и пресечения монополизации цифровых платформ. Так, например, Закон вводит принципиально новое для российского законодательства понятие «сетевой эффект», под которым подразумевается «свойство товарного рынка (товарных рынков), при котором потребительская ценность программы (совокупности программ) для электронных вычислительных машин в информационно-телекоммуникационных сетях, в том числе в сети "Интернет", обеспечивающей совершение сделок между продавцами и покупателями определенных товаров (далее - цифровая платформа), изменяется в зависимости от изменения количества таких продавцов и покупателей» [2]. Иными словами, принцип функционирования сетевого эффекта заключается в том, что «ценность платформы для каждого отдельного потребителя растет с увеличением числа других потребителей, использующих платформу» [3, с. 186]. Наибольший интерес для развития эффективной конкурентной среды представляет установление конкретных критериев, которые позволяют определить, что платформа занимает доминирующее положение. В первую очередь, наличие сетевого эффекта, который дает цифровой платформе возможность оказывать решающее влияние на общие условия обращения товара на рынке, во-вторых, доля сделок, совершаемых посредством цифровой платформы, превышает 35% в стоимостном выражении от общего объема сделок на соответствующем товарном рынке, в – третьих, выручка хозяйствующего субъекта за последний календарный год превышает 2 миллиарда рублей. Введение этих количественных и качественных критериев позволяет идентифицировать тех участников цифровых рынков, чье поведение требует особого антимонопольного контроля.

Важно уделить особое внимание «большим данным» (Big Data), то есть совокупности структурированных данных огромных объемов, которые обрабатываются с помощью программных инструментов и алгоритмов, позволяющих выявлять скрытые закономерности, корреляции и тенденции, недоступные для традиционных методов анализа [3, с. 186]. В работе цифровых платформ «большие данные» приобретают ключевое значение, поскольку именно они лежат в основе всех основных функций платформы: персонализации предложений, ранжирования товаров, динамического ценообразования и прогнозирования спроса, таким образом, Big Data становится самостоятельным фактором рыночной власти. В связи с этим возникают следующие антимонопольные риски, связанные с «большими данными»:

Самопредпочтение (self-preferencing), то есть ситуация, когда платформа, анализируя данные о продажах сторонних продавцов, может выявлять наиболее успешные товарные категории и запускать собственные аналоги, используя при этом преимущества в ранжировании (собственные товары показываются выше товаров конкурентов).

Дискриминационное ценообразование, когда анализ больших данных позволяет платформам осуществлять ценовую дискриминацию (персонализированное ценообразование), когда каждому пользователю предлагается индивидуальная цена, максимизирующая прибыль платформы.

Препятствование переносимости данных (data portability), ситуация, при которой отсутствуют эффективные механизмы переноса данных с одной платформы на другую создает эффект блокировки, когда пользователь или продавец не может покинуть платформу без потери накопленной информации (истории заказов, рейтинга, отзывов).

Еще одним вызовом для антимонопольного регулирования цифровых платформ выступает контроль за сделками экономической концентрации. Специфика цифровых рынков такова, что подобные сделки способны оказывать существенное негативное воздействие на конкурент-

ную среду: они не только ведут к сокращению числа независимых игроков, но и снижают интенсивность инновационной деятельности, поскольку устранение перспективного конкурента (зачастую на ранней стадии его развития) уменьшает стимулы к технологическому соперничеству для доминирующих платформ [1, с. 79].

Таким образом, подводя итог ко всему вышеизложенному, можно отметить, что несмотря на значительный прогресс в формировании правовой базы, сохраняется ряд проблем, требующих дальнейшего осмысления и совершенствования: во-первых, сложность доказывания нарушений в условиях алгоритмической непрозрачности и использования платформами сложных математических моделей, во-вторых, проблема разграничения ответственности и определения границ. Пятый антимонопольный пакет исходит из модели, в которой платформа выступает как посредник, обеспечивающий взаимодействие продавцов и покупателей. Однако в реальности крупнейшие экосистемы (Яндекс, Ozon, Wildberries) выходят далеко за рамки простого посредничества: они оказывают услуги хранения, доставки, обработки возвратов, управляют программами лояльности и даже выступают производителями товаров под собственными торговыми марками. В этой многофункциональной структуре становится крайне сложно определить, в каких отношениях платформа выступает как нейтральный посредник, а в каких — как полноценный участник рынка, конкурирующий с собственными же партнерами. В-третьих, важно учитывать правовую неопределенность регулирования больших данных (Big Data), что создает системные риски не только для участников платформенных отношений, но и для конкурентной среды в целом.

Список литературы:

[1] И. Н. Дехтярь Нарушения антимонопольного законодательства в деятельности цифровых платформ // Вестник СГЮА. 2021. – № 2 (139). – с. 78-87. – с. 79.

[2] О внесении изменений в Федеральный закон «О защите конкуренции» : Федер. закон от 10 июля 2023 г. № 301-ФЗ : [принят Государственной Думой 27 июня 2023 г. : одобрен Советом Федерации 5 июля 2023 г.] // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2023. – 17 июля. – № 29. – Ст. 5319.

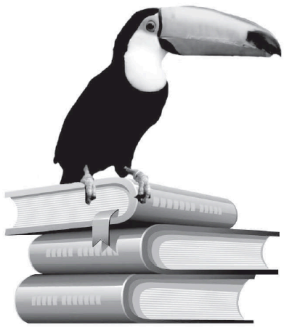
[3] С.А. Паращук, Я.В. Посохова Правовые аспекты антимонопольного регулирования деятельности хозяйствующих субъектов, использующих цифровые платформы // Право: история и современность. 2023. – № 2. – с. 183 – 190. – с. 186.

References:

[1] I. N. Dekhtyar Violations of antimonopoly legislation in the activities of digital platforms // Bulletin of SSLA. 2021. – № 2 (139). - p. 78-87. - p. 79.

[2] On amending the Federal Law "On Protection of Competition": Feder. Law of July 10, 2023 No. 301-FZ: [adopted by the State Duma on June 27, 2023: approved by the Federation Council on July 5, 2023] // Collection of legislation of the Russian Federation. – 2023. - July 17. – № 29. - Art. 5319.

[3] S.A. Paraschuk, Ya.V. Posokhova Legal aspects of antitrust regulation of the activities of business entities using digital platforms // Law: history and modernity. 2023. – № 2. - p. 183-190. - p. 186.



ЮРКОМПАНИ

www.law-books.ru

Юридическое издательство

«ЮРКОМПАНИ»

Издание учебников, учебных и методических пособий, монографий, научных статей.

Профессионально.

В максимально короткие сроки.

Размещаем в РИНЦ, E-Library.