

*Султыгов Г.А.,  
студент,  
2 курс, магистратура  
Институт государственной службы и управления,  
Российская академия народного хозяйства и государственной службы при  
Президенте Российской Федерации  
Россия, г. Москва*

**ПУТИ ОПТИМИЗАЦИИ ПРОЦЕССОВ РЕГУЛИРОВАНИЯ  
ЦИФРОВЫХ ПЛАТФОРМ И АЛГОРИТМИЧЕСКИХ РЫНКОВ В  
СИСТЕМЕ АНТИМОНОПОЛЬНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ**

***Аннотация:** Статья посвящена совершенствованию антимонопольного регулирования цифровых платформ и алгоритмических рынков. Обосновывается необходимость перехода от ретроспективного контроля к проактивной модели с выделением системно значимых цифровых платформ и введением для них специальных обязательств. Предлагаются критерии их идентификации, меры по обеспечению недискриминационного доступа, регулированию алгоритмического ценообразования и доступу к данным, направленные на развитие конкуренции в цифровой экономике.*

***Ключевые слова:** цифровые платформы, алгоритмические рынки, антимонопольное регулирование, алгоритмический аудит.*

**WAYS TO OPTIMIZE REGULATORY PROCESSES FOR DIGITAL  
PLATFORMS AND ALGORITHMIC MARKETS IN ANTITRUST  
REGULATION**

**Annotation:** *The article examines ways to improve the regulation of digital platforms and algorithmic markets within antitrust enforcement. It argues for a shift from retrospective control to a proactive model, introducing the concept of systemically significant digital platforms and special obligations for them. The paper proposes criteria for identifying such platforms, measures to ensure non-discriminatory access, regulation of algorithmic pricing, and access to data to promote competition in the digital economy.*

**Keywords:** *digital platforms; algorithmic markets; antitrust regulation; algorithmic audit.*

### **Пути оптимизации процессов регулирования цифровых платформ и алгоритмических рынков в системе антимонопольного регулирования**

Регулирование цифровых платформ представляет собой одну из центральных проблем современной антимонопольной политики во всех ведущих экономических системах мира.

Принятие в ЕС Закона о цифровых рынках (Digital Markets Act, DMA, 2022 г.), разработка аналогичного законодательства в США (American Innovation and Choice Online Act), реформы в Германии (поправки к GWB, 2021 г.) и Великобритании (Digital Markets, Competition and Consumers Act, 2024 г.) формируют глобальный нормативный консенсус: крупнейшие цифровые платформы («привратники», gatekeepers) требуют асимметричного регулирования, не сводимого к традиционному антимонопольному контролю.

[1]

Принципиальное значение имеет концептуальное разграничение двух моделей регулирования: «конкурентного» регулирования, основанного на запретах конкретных антиконкурентных действий и применяемого ретроактивно (после совершения нарушения), и «рыночного» регулирования устанавливающего обязательные правила поведения платформ-привратников на опережающей основе.

Тезис о необходимости дополнения первой модели второй составляет ядро современного консенсуса в области регулирования цифровых платформ, нашедшего воплощение в европейском DMA. [2]

Для России данный концептуальный выбор имеет принципиальное значение с учётом национальной специфики: в отличие от США и ЕС, где регулирование направлено преимущественно против американских технологических гигантов (Google, Meta, Amazon, Apple, Microsoft), российское регулирование должно охватывать как иностранные платформы (действующие через параллельный импорт и VPN-доступ), так и отечественные экосистемные игроки (Яндекс, VK, Сбер, Wildberries, Ozon, Авито), стремительно занявшие позиции системно значимых «привратников» на российских рынках.

Одним из путей решения данной проблемы может быть внедрение «системно значимой цифровой платформы» (СЗЦП) - аналог концепции «привратника» по DMA ЕС - с установлением для таких платформ особого регуляторного режима.

Критерии присвоения статуса СЗЦП должны носить многоуровневый характер и учитывать, как масштаб платформы, так и её системную значимость для экономики в целом.

Количественные критерии (при соответствии всем трём критериям платформа получает статус СЗЦП):

1. Среднемесячная аудитория в РФ не менее 15 млн. активных пользователей в течение последних 12 месяцев, или
2. Годовая выручка на российском рынке не менее 100 млрд. рублей, или
3. Рыночная капитализация (оценка) не менее 300 млрд. рублей.

Качественные критерии (наличие не менее двух из перечисленных признаков):

1. Платформа занимает устойчивое положение «незаменимого» посредника для бизнес-пользователей (невозможность вести деятельность без использования данной платформы);

2. Наличие выраженных сетевых эффектов, затрудняющих смену платформы пользователями (высокие «затраты перехода»);

3. Возможность обработки больших массивов персональных и коммерческих данных, создающая конкурентное преимущество, нереплицируемое конкурентами;

4. Контроль над критической инфраструктурой (операционная система, магазин приложений, платёжная система, картографический сервис).

**Таблица 1.**

**Предварительная оценка соответствия крупнейших российских платформ критериям СЗЦП**

Платформа	Ключевые рынки присутствия	Соответствие крит. аудитории	Соответствие крит. выручки	Статус СЗЦП
Яндекс (экосистема)	Поиск, такси, доставка, карты, облако, реклама	Да (>90 млн пользователей)	Да (>900 млрд руб.)	Безусловно
VK (Mail.ru Group)	Соц. сети, мессенджеры, игры, облако, реклама	Да (>73 млн пользователей)	Да (>130 млрд руб.)	Безусловно
Wildberries	Маркетплейс, логистика, финтех, реклама	Да (>60 млн покупателей)	Да (>1,7 трлн руб. оборот)	Безусловно
Ozon	Маркетплейс, финтех, реклама, логистика	Да (>45 млн покупателей)	Да (>500 млрд руб. оборот)	Безусловно
Сбер (СберМаркет, СберЗвук и пр.)	Финтех, экосистема сервисов, маркетплейс	Да (>100 млн клиентов)	Да (крупнейший банк)	Безусловно
Авито	Объявления, авто, недвижимость, услуги	Да (>50 млн пользователей)	Да (>70 млрд руб.)	Да

Источник: составлено автором по данным публичной отчётности компаний, пресс-релизов и аналитических обзоров за 2023-2024 годы; критерии СЗЦП разработаны автором на основе анализа Regulation (EU) 2022/1925 (Digital Markets Act) и с учётом положений Федерального закона от 10.07.2023 № 301-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О защите конкуренции»» (Пятый антимонопольный пакет) // Официальный интернет-портал правовой информации. - URL: <http://www.pravo.gov.ru> (дата обращения: 20.04.2026).

Присвоение статуса СЗЦП должно влечь автоматическое применение комплекса поведенческих обязательств, не требующего установления факта конкретного нарушения и тем самым устраняющего главный недостаток традиционного антимонопольного регулирования - его ретроспективный характер. На основе анализа европейского DMA и лучших международных практик предлагаются следующие обязательства для СЗЦП:

СЗЦП обязана обеспечивать одинаковые условия отображения в результатах поиска, ранжирования и рекомендаций для собственных сервисов, и сервисов третьих лиц. Алгоритмы ранжирования должны применяться единообразно вне зависимости от аффилированности сервиса с платформой.

Несоблюдение данного требования подлежит верификации посредством обязательного регуляторного аудита алгоритмов.

СЗЦП обязана обеспечивать техническую совместимость своих основных сервисов (мессенджеры, платёжные системы, идентификационные системы) с аналогичными сервисами третьих лиц на безвозмездной и недискриминационной основе. Данное требование непосредственно направлено против «эффекта сетевой блокировки» и снижает барьеры для перехода пользователей к альтернативным поставщикам.

Бизнес-пользователи и конечные потребители вправе в любой момент получить все данные, накопленные платформой в ходе использования её сервисов, в машиночитаемом формате и использовать их у альтернативного поставщика. Данные, являющиеся производными от данных пользователей (аналитика, предиктивные модели), предоставляются по отдельному запросу.

СЗЦП не вправе обуславливать предоставление основного сервиса (поиск, маркетплейс, операционная система) обязательным использованием дополнительных сервисов платформы. Предустановка приложений платформы на устройствах партнёров допускается только при одновременном предоставлении пользователю выбора альтернатив при первом запуске устройства.

СЗЦП обязана раскрывать бизнес-пользователям основные параметры алгоритмов ранжирования их товаров/услуг на платформе (без раскрытия коммерческой тайны) и уведомлять о существенных изменениях алгоритмов не позднее чем за 30 дней до их введения. Условия тарификации (комиссии, сборы) должны быть прозрачными, заблаговременно объявленными и недискриминационными.

Алгоритмическое ценообразование - использование компьютерных алгоритмов для автоматической корректировки цен в режиме реального времени на основе данных о спросе, поведении конкурентов и иных параметрах - создаёт принципиально новые риски для конкурентной среды, не охваченные действующим антимонопольным инструментарием. Главная проблема состоит в том, что алгоритмы могут «самостоятельно» достигать результатов, аналогичных картельным (согласованное повышение цен), без какой-либо явной коммуникации между конкурентами - феномен, получивший в литературе название «алгоритмического сговора»

Академические исследования Calvano E. и Calzolari G. [3] демонстрируют, что алгоритмы на основе машинного обучения способны вырабатывать стратегии молчаливого сговора в олигопольных условиях без каких-либо инструкций со стороны человека. При этом традиционный антимонопольный запрет согласованных действий (статья 11.1 ФЗ-135) неприменим, поскольку отсутствует субъект - физическое или юридическое лицо, - «договорившийся» о сговоре. [4]

В рамках регулирования алгоритмического ценообразования предлагается:

1. Ввести обязательную регистрацию и нотификацию ФАС России ценовых алгоритмов, применяемых СЗЦП и хозяйствующими субъектами с долей рынка свыше 35%, если такие алгоритмы принимают самостоятельные ценовые решения без оперативного участия человека.

2. Установить запрет использования алгоритмов, разработанных совместно несколькими конкурентами или приобретённых у одного поставщика при наличии условий, обеспечивающих ценовую координацию (алгоритм «общего поставщика» как самостоятельный вид нарушения).

3. Распространить антимонопольный запрет согласованных действий на случаи «алгоритмического сговора»: результат согласованности ценового поведения конкурентов, не объяснимый независимыми рыночными факторами, является достаточным основанием для возбуждения дела вне зависимости от наличия явной коммуникации.

4. Обязать СЗЦП проводить ежегодный независимый аудит ценовых алгоритмов на предмет их проконкурентного характера с представлением отчёта в ФАС России.

Данные являются критическим производственным ресурсом цифровой экономики, обеспечивающим конкурентные преимущества в области машинного обучения, персонализации сервисов и таргетированной рекламы.

Концентрация данных в распоряжении ограниченного числа крупных платформ создаёт структурные барьеры для конкурентов, не поддающиеся преодолению традиционными рыночными методами. Данная проблема получила в экономической литературе концептуализацию через понятие - переворачивание рынка под воздействием данных.

Введение режима «разумного доступа» к данным для обеспечения конкуренции.

Предлагается ввести в законодательство принцип «разумного доступа» к данным: в случаях, когда СЗЦП накопила массив данных, доступ к которому является необходимым условием конкурентоспособности на смежном рынке, ФАС вправе обязать платформу предоставить таким конкурентам доступ к обезличенным данным на коммерчески обоснованных и недискриминационных условиях.

Данный принцип воспроизводит применительно к данным доктрину «существенного объекта», традиционно применявшуюся к физической инфраструктуре.

Вместе с тем реализация данного предложения требует тщательного балансирования между задачами обеспечения конкуренции и защитой персональных данных (ФЗ-152), коммерческой тайны и стимулов к инвестициям в сбор и обработку данных. В этой связи обязательный доступ к данным должен применяться как исключительная мера - аналог «обязательного лицензирования» в патентном праве - при наличии чётко определённых условий.

#### **Список источников:**

1. § 35 Abs. 1a Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) в редакции 9-й поправки 2017 года; Bundeskartellamt / Bundeswettbewerbsbehörde. Gemeinsame Leitlinien der deutschen und österreichischen Wettbewerbsbehörden zur Transaktionswert-Schwelle. - 2021. - URL: <https://www.bundeskartellamt.de> (дата обращения: 10.05.2026);
2. Regulation (EU) 2022/1925 of the European Parliament and of the Council of 14 September 2022 on contestable and fair markets in the digital sector (Digital Markets Act) // Official Journal of the European Union. - 2022. - L 265. - P. 1–66. - URL : <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32022R1925> (дата обращения: 20.04.2026).
3. Calvano E., Calzolari G., Denicolò V., Pastorello S. Artificial Intelligence, Algorithmic Pricing, and Collusion // American Economic Review. - 2020. - Vol. 110, № 10. - P. 3267–3297.
4. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (ред. от 08.03.2026) // Официальный интернет-портал правовой информации. - URL : <http://www.pravo.gov.ru> (дата обращения: 20.04.2026).

5. Федеральный закон от 10.07.2023 № 301-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О защите конкуренции»» (Пятый антимонопольный пакет) // Официальный интернет-портал правовой информации. - URL : <http://www.pravo.gov.ru> (дата обращения: 20.04.2026).

6. Керт (ранее КПМГ Россия). Анализ ухода иностранного бизнеса из России, 2022–2025 гг. // ADPASS. - URL : <https://adpass.ru/kakie-inostrannye-kompanii-ushli-iz-rossii/> (дата обращения: 20.04.2026).

7. ОЭСР. Algorithms and Collusion: Competition Policy in the Digital Age. - Paris : OECD, 2017. - URL : <https://www.oecd.org/competition/algorithms-collusion-competition-policy-digital-age.htm> (дата обращения: 20.04.2026).