

УДК 34

DOI: 10.34670/AR.2023.77.22.053

## Отдельные формы злоупотребления доминирующим положением: опыт США

**Кирсанова Илона Андреевна**

Аспирант,  
Санкт-Петербургский государственный университет,  
199034, Российская Федерация, Санкт-Петербург, Университетская наб., 7/9;  
e-mail: st030149@student.spbu.ru

### Аннотация

Антимонопольное законодательство США считается одним из самых эффективных в мире, способствующим пресечению антиконкурентных практик. В свете Стратегии развития конкуренции и антимонопольного регулирования Российской Федерации до 2030 года исследование американского опыта в части злоупотребления доминирующим положением позволит выявить потенциальные направления совершенствования антимонопольной политики. Предметом анализа является антимонопольное законодательство США в историко-правовом разрезе и наиболее значимые решения государственных органов, которые легли в основу идеи о необходимости исследования экономических аспектов дела. Целью данной статьи является выявление особенностей антимонопольного законодательства США и практики правоприменения. Исследование основывалось на историко-правовом, диалектическом, логическом, формально-юридическом, герменевтическом методах исследования, что позволило отразить особенности нормативных актов США. Теоретическую основу составили труды Р. Борка, Д. Стиглеца, Ф. Арука, В. Мозолин и др. В работе рассматриваются различные формы злоупотребления доминирующим положением, такие как отказ от доступа к ресурсам и ценовая дискриминация (абсолютная, скрытая и третьей степени), навязывание невыгодных договорных условий. Автором выявляется сущность указанных форм злоупотребления, к которым наиболее часто прибегают хозяйствующие субъекты-доминанты. Особое внимание уделяется необходимости проведения анализа наличия достаточной конкуренции при исследовании действий доминанта. Автор подчеркивает, что для защиты конкуренции в Российской Федерации антимонопольной службе необходимо более тщательно исследовать ряд характеристик: товарный рынок, поведение сторон, бизнес-стратегию, что, в свою очередь, позволит выработать допустимые и недопустимые практики поведения.

### Для цитирования в научных исследованиях

Кирсанова И.А. Отдельные формы злоупотребления доминирующим положением: опыт США // Вопросы российского и международного права. 2023. Том 13. № 7А. С. 174-183. DOI: 10.34670/AR.2023.77.22.053

### Ключевые слова

Конкуренция, экономическое развитие, рыночная власть, монополия, антитрастовое регулирование, Закон Шермана, Закон Клейтона, доминирующее положение, ценовая дискриминация, отказ в доступе.

## Введение

Проблема защиты конкуренции на товарных рынках и пресечения монопольных практик всегда была актуальной для всех юрисдикций. С появлением крупных экономических игроков, злоупотребляющих своей рыночной властью, стала необходимостью разработка эффективного антимонопольного законодательства. Для этой цели необходимо понимать динамику развития антимонопольных ограничений и порядок их применения.

В настоящее время антимонопольное законодательство США является одним из самых эффективным, оно направлено на обеспечение здоровой конкуренции и на реализацию свободы предпринимательской деятельности.

В этом контексте особо интересно проанализировать институт злоупотребления доминирующим положением в США, изучить возможности интегрирования отдельных практик в российское законодательство.

Принято считать, что Закон Шермана [Sherman Antitrust. 1890, www], принятый в 1890 г., не только стал важным шагом в направлении защиты конкуренции на рынке, но и оказал существенное влияние на антимонопольное регулирование в других странах. Интересный аспект истории связан с делом *Standart Oil Company vs. United States*, который и послужил отправной точкой для принятия указанного закона. *Standart Oil Company*, контролирующая до 90% всех нефтеочистительных предприятий США [Мозолин, 1966], применяла методы злоупотребления доминирующим положением, устанавливая несправедливые цены, дискредитировала конкурентов и препятствовала их деятельности.

Рассматривая дело, Верховный суд США вынес решение о ликвидации компании, указывая следующее: «Очевидно, что, хотя правительство не может запретить компании владеть своим имуществом и разделять его на несколько делений, это не значит, что компания может использовать свою собственность таким образом, чтобы устанавливать контроль над рынком и препятствовать конкуренции. Поэтому мы вынуждены прийти к выводу, что компания должна быть распущена» [Opinion of the Court, www].

За последние десятилетия институт злоупотребления доминирующим положением вообрал в себя новые аспекты, учитывающие вызовы современной экономики и технологий, однако важность регулирования конкурентных отношений, даже при отсутствии формальных нарушений, подчеркивалась учеными того времени. Например, Луис Д. Брендейс утверждал, что «эффективный контроль монополии и ограничения свободной конкуренции требуют жесткой борьбы не только с практиками, прямо нарушающими закон, но и с практиками, которые, хотя и не напрямую нарушают закон, но имеют, как известно, подобный эффект» [Louis, 2018]. Из цитаты выше можно сделать вывод о том, что правоприменители того времени выступали за жесткое регулирование монополий и защиту предприятий от недобросовестного использования доминирующего положения. Интересно, что, несмотря на существующий временной фактор, современный читатель может уловить прошлые правовые реалии, которые фактически коррелируются с настоящими. Проблемы, связанные со злоупотреблением доминирующим положением, продолжают существовать, а с развитием технологий поведение доминанта требует еще большего анализа и внимания.

Следующим значимым этапом в развитии антимонопольной политики США стало принятия Закона Клейтона в 1914 г. Данный закон придал антимонопольному регулированию более детальный и комплексный характер. Закон Клейтона дополнил и уточнил принципы, заложенные в Законе Шермана, а также ввел новые нормы, нацеленные на предотвращение

создания монополий и ограничения конкуренции на рынке. Закон установил более конкретные критерии для определения монополий и дискриминации, а также запретил определенные виды сделок, которые могли бы негативно повлиять на конкуренцию, в частности запрет на слияние, поглощение, эксклюзивные договоры, ограничения предложения товаров и услуг, дискриминации в ценах. Концептуально, как было указано выше, Закон Клейтона являлся дополнительным инструментом к уже существующим антимонопольным законам. Нельзя не отметить, что благодаря введению запрета на определенные виды сделок антимонопольная политика стала более эффективной в предотвращении злоупотребления рыночной властью. Однако Закон Клейтона также вызывал и дискуссии со стороны экспертов.

Среди противников Закона Клейтона выделяется Роберт Борк. В своих исследованиях он заявлял о негативных аспектах: об ограничении Законом Клейтона экономической свободы, что, в свою очередь, создавало возможность для негативного влияния на компании, использующие эффект масштаба, о наличии множества нечетких понятий, которыми могут злоупотребить доминанты. По мнению Роберта Борка, «Клейтоновский закон ущербен своей нечеткостью и широким распространением. Он создал практически неограниченное количество деталей и вариантов, которые оставляют законоприменителям широкие возможности для произвольного применения. Он также смешивает несовместимые цели, такие как защита конкуренции и защита потребителей, преследуя одну или другую пропорцию в зависимости от текущей политической ситуации» [Bork, 1978]. Исследование Роберта Борка стало одним из важнейших трудов по антимонопольному праву США, в котором не только изложена позиция, касающаяся закона Клейтона, но и концепция о гибкой антимонопольной политике, балансирующей между защитой конкуренции и интересами экономического развития.

Последующие годы в США также оказались богатыми на законодательные инициативы, направленные на предотвращение монополизации рынков и обеспечение конкурентной среды. Следующим важным шагом стало принятие Закона Робинсона-Патмана в 1936 г. Закон запрещал практику ценовой дискриминации – установления различных цен на один и тот же товар для различных покупателей или рыночных сегментов.

Закон Селлера-Кефопера, принятый в 1950 г., был принят с целью запрещения слияний компаний, он расширил права по предотвращению приобретения физических активов корпораций (самого предприятия и оборудования), если подобные приобретения могли оказать значительное неблагоприятное влияние на конкуренцию [Беликова, 2014].

В 1976 г. принят Закон Харта-Скотта-Родио, который внес существенные изменения в регулирование слияний, поглощений и приобретение компаний. Согласно закону, компании, планирующие провести подобные структурные изменения, обязаны предоставить предварительное уведомление о намерении слияния органам антимонопольного регулирования. Нельзя не отметить, что благодаря Закону Харта-Скотта-Родио появилась возможность оценивать потенциальные негативные последствия для конкуренции и предотвратить формирование компании со значительной рыночной властью. Автор обращает внимание, что указанный механизм успешно имплементирован в российское законодательство и используется правоприменителями при необходимости совершения ряда сделок.

Законодательные меры, принятые в США для предотвращения злоупотребления доминирующим положением, являются важными инструментами для обеспечения конкурентной среды и защиты интересов участников рынка. Они демонстрируют стремление законодателей к балансу между поддержанием конкуренции и поддержкой экономического развития. Системный анализ нормативных актов США в части злоупотребления

доминирующим положением играет важную роль в понимании функционирования экономической власти хозяйствующего субъекта, что, в свою очередь, позволяет выявить потенциальные пробелы в антимонопольной политике. Для целей статьи рассмотрим некоторые формы злоупотребления доминирующим положением в США.

### **Ограничение доступа к необходимым ресурсам как форма злоупотребления доминирующим положением**

В сфере антимонопольного регулирования одной из наиболее сложных и спорных практик поведения доминантов является отказ в предоставлении доступа к необходимым ресурсам. Эта стратегия используется хозяйствующими субъектами для ограничения конкуренции путем контроля над важными технологиями, сырьем или инфраструктурой. Подобное поведение может привести к деформации конкурентной среды и негативно сказаться на развитии инноваций.

Существует несколько способов, к которым прибегают доминанты при реализации ограничения доступа к ресурсам:

- Создание технических барьеров: доминант устанавливает ограничения, которые делают невозможным или чрезмерно сложным использование их ресурсов конкурентами.
- Снижение качества ресурсов: доминант снижает качество предоставляемых ресурсов для конкурентов, делая их менее привлекательными.
- Отстранение от цепочки поставок: доминант использует свое положение для исключения конкурента из цепочки поставок, делая невозможным использование материалов или услуг.

Несмотря на явные антимонопольные последствия таких практик, суды и регуляторы сталкиваются со сложностью определения, является ли отказ в предоставлении доступа антиконкурентным. Действительно, зачастую проблема связана с тем, что запрет на отказ в доступе может ограничивать право собственника на собственный продукт [Leslie, 2019]. Представляется, что при оценке действий доминанта необходимо использовать «анализ достаточной конкуренции» (reasonable competition analysis), который направлен на определение количества конкурентов. Отметим, что аналогичный анализ применяется антимонопольными органами Российской Федерации.

Примеры антимонопольных дел подчеркивают важность рассмотрения этой формы злоупотребления. Одним из таких случаев является дело *Aspen Skiing Co. v. Aspen Highlands Skiing Corp.* (1985), где *Aspen Skiing Co* заблокировала доступ к своим лыжным трассам для конкурента, приведя к ограничению выбора клиентов и ухудшению их обслуживания.

Суд США указал, что «когда компания, которая ранее соглашалась продавать свой продукт или услугу покупателям, решает отказаться от этой практики в угоду осуществлению монопольной господствующей позиции, это считается нарушением антитрастового законодательства, даже если такое поведение не повлекло за собой видимых экономических потерь [Aspen Skiing company, www].»

Аналогичный пример – дело *United States vs Microsoft Corporation*, где установлено, что *Microsoft* использовала свою доминирующую позицию на рынке операционных систем для ограничения выбора браузеров. Апелляционный суд США указал, что «*Microsoft*, удерживая рынок браузеров *Internet Explorer* исключало конкуренцию, причинив ущерб потребителям и инновациям» [U.S. v. Microsoft: Court's findings of fact, www].»

Итак, ограничение доступа к ключевым ресурсам представляет сложную проблему в антимонопольном регулировании, требующую баланса между защитой прав собственности и обеспечением справедливой конкуренции.

### **Ценовая дискриминация**

О злоупотреблении доминирующим положением путем установления дифференцированной стоимости можно говорить в том случае, когда действия доминанта направлены именно на устранение конкуренции или ограничения доступа к рынку других участников.

Однако стоит отметить, что установление компанией различных цен на товары или услуги может быть обусловлено многими факторами, такими как различия в спросе, наличие таможенных пошлин и логистических затрат.

Джозеф Стиглиц придерживался интересной точки зрения на ценовую дискриминацию. Ученый утверждал, что в некоторых случаях ценовая дискриминация может быть полезным инструментом, например, программы государственной поддержки, которые предоставляют скидки на лекарства для определенных групп населения [Stiglitz, 1981]. Позиция Стиглица заслуживает внимания и глубокого рассмотрения. Безусловно, программы государственной поддержки, направленные на предоставление скидок, могут считаться примером позитивной практики использования ценовой дискриминации, которая может способствовать более эффективному доступу к необходимым продуктам и услугам для уязвимых групп населения, что, в свою очередь, способствует улучшению их жизни. Однако автор настоящей статьи полагает, что в данном случае возникает вопрос о балансе между положительными эффектами и рисками. Например, каким образом можно обеспечить, чтобы ценовая дискриминация не привела к дополнительному искажению рыночной конкуренции или созданию неравенства среди потребителей? Какие меры позволят убедиться, что преимущества от ценовой дискриминации распределены справедливо? Какие механизмы можно использовать для мониторинга и контроля за процессом ценовой дискриминации? В целом, позиция Джозефа Стиглица о позитивных аспектах ценовой дискриминации ставит нас перед важным вопросом: как достичь баланса между экономическими выгодами и обеспечением справедливости. В этой связи также интересен кейс фармацевтической компании, которая бесплатно поставляла лекарства в больницы, тем самым лишив конкурентов реализовать свой товар [Бокарев, Бондарь, Васильев, 1991], указанное дополнительно подчеркивает необходимость анализа поведения хозяйствующего субъекта.

Ценовую дискриминацию можно подразделить на несколько видов. Абсолютная дискриминация (дискриминация первой степени) проявляется, когда каждому покупателю устанавливается индивидуальная цена на товар или услугу. При этом абсолютной дискриминации могут быть подвержены только те компании, которые имеют зону присутствия на монопольном рынке, так как при наличии полной информации о спросе продавец может определять индивидуальную цену для каждого в соответствии с его спросом [Stiglitz, 2012]. Отметим, что именно нарушением является использование дискриминации первой степени с целью оказания влияния на состояние конкуренции на товарном рынке.

Скрытая дискриминация (дискриминация второй степени), предполагает разделение покупателей на группы, каждая из которых получает свою цену на товары или услуги в зависимости от объема или частоты покупок. Филип Э. Арук указывал, что скрытая дискриминация может привести к неравенству потребителей, воздействуя на тех, кто не владеет

информацией для установления цен [Aruk, 1981].

Дискриминация третьей степени основывается на стоимости товаров или услуг в зависимости от характеристик потребителей, таких как возраст, доход, пол или местоположение. Примером может служить введение различных цен на билеты в зависимости от возрастной группы зрителей. Майкл Спенсер отмечал, что «ценовая дискриминация третьей степени является усложненной формой дискриминации и требует более детальной информации об индивидуальных сегментах рынка, что может быть затруднительно в реальных условиях рынка. Тем не менее, эта форма дискриминации может иметь преимущества для производителей и потребителей, если она осуществляется правильно и не нарушает антитрастовые законы» [Spence, 1987]. Точка зрения Спенсера о сложности и потенциальных выгодах ценовой дискриминации третьей степени заслуживает внимания. Однако возникает вопрос о том, каким образом можно гарантировать, что такая ценовая дискриминация не будет нарушать конкурентную среду на товарном рынке. Ведь существует риск, что доминирующие игроки на рынке могут использовать ценовую дифференциацию для укрепления своего положения, ограничивая доступ к товарам и услугам для определенных групп потребления.

Примеры антимонопольных дел также подчеркивают значимость баланса между экономическими интересами и защитой конкуренции. Рассмотрим дело *United States vs. American Airlines, Inc, Sabre Holdings Corporation* [US Airways, Inc.v.Sabre Holdings Corp, www]. American Airlines снижала цены на авиабилеты в системе бронирования Sabre и повышала цены, если билеты приобретались на конкурирующей платформе. Компании пришли к мировому соглашению с правительством, согласившись выплатить денежную компенсацию конкурентам.

Дело *Walmart Stores vs. Visa Inc.* Walmart обвинила Visa в том, что с него взимались более высокий процент за транзакцию, чем с других магазинов. Однако суд, рассмотрев дело, пришел к выводу о том, что Visa не нарушала антитрастовое законодательство, так как Walmart имел значительную рыночную власть. В решении по делу было отражено: «...мы должны установить, были ли у Walmart возможности действовать на рынке, отличающиеся от возможностей других покупателей. Walmart, являясь крупнейшим продавцом на рынке продуктов питания в США, может использовать свои возможности на рынке, чтобы получить лучшие условия платежных карт, чем его соперники» [Walmart Stores v. Visa Inc., www].

Исследование ценовой дискриминации и ее воздействия на рынок подчеркивает необходимость применения экономического анализа для определения обоснованности и законности применения ценовых дифференциаций. Российские антимонопольные органы придерживаются аналогичной позиции при определении неравенства условий приобретения товара, где необходимо установить, идентично ли благо, которое приобретается участниками рынка, существуют ли критерии дифференциации, насколько они экономически обоснованы [Алешин и др., 2016].

### **Навязывание невыгодных договорных условий**

Доминирующие компании, используя свою экономическую власть, могут действовать в своих интересах и заставлять контрагентов соглашаться с условиями, которые невыгодны для стороны. Некоторые авторы считают, что необходимо более тщательно защищать слабую сторону, «если сторона, которой навязываются условия, не может реально влиять на содержание условий контракта, кажется очевидным, что такая сторона будет защищена только при соблюдении наиболее строгих формальностей, таких как непосредственное предоставление

информации о содержании контракта, обсуждение условий и возможность разобраться в деталях. Участие только в изменении содержания контракта, при котором существенные условия могут изменяться во время свободных переговоров, может быть недостаточно для защиты от навязанных условий [Thomas, 2005].

Существуют следующие способы навязывания, к которым прибегают доминанты:

- Автоматическое продление контракта или подписки. Компании используют эту практику, чтобы продолжать взимать плату с клиента даже при отсутствии потребности в товаре или услуге.
- Скрытое включение дополнительных услуг. Доминант использует данную практику с целью увеличения прибыли, при этом если контрагент попытается отказаться от дополнительных услуг, то возникает риск незаключения договора.
- Сложные условия контракта. Доминант намеренно использует запутанные условия контракта, чтобы усложнить понимание и управление ими.
- Изменение условий контракта без уведомления. Данная практика, как правило, связана с повышением стоимости товаров или услуг.
- Ограничение контрагента во времени. Компания может использовать прием, когда предоставляет клиенту ограниченное время на принятие решения о заключении контракта.

Майкл Кравец отмечал, что «навязывание невыгодных договорных условий может быть квалифицировано как форма злоупотребления доминирующим положением на рынке. Это может создавать препятствия для конкуренции на рынке и повышать цены для потребителей. Антимонопольные органы должны быть готовы применять жесткие меры против таких практик, чтобы обеспечить свободную конкуренцию и защитить интересы потребителей» [Krauss, Harris, 2012].

Рассмотрим антимонопольный кейс. Дело Apple Inc.v.Pepper. Apple на рынке приложений для iOS обвинялось в навязывании своих условий договоров для разработчиков приложений, что приводило к ограничению конкуренции и повышению цен на приложения для конечных пользователей. Apple налагала строгие требования на разработчиков, изымала комиссию за продажи всех приложений через свой магазин, что приводило к искусственному повышению цен. Суд США указал, что «...подход Apple к дистрибуции и продаже приложений для iOS не представляет собой обыденные отношения. Скорее, в своей сути оно является продуктовой экосистемой, где все участвуют и обмениваются информацией о цене. В целом, мы считаем, что раскрытие экономических факторов является важным вопросом для того, чтобы определить сущность договора и оценить его последствия для общества [Apple Inc.v.Pepper, www]. Указанное позволяет сделать вывод о том, что суд анализировал не только действия Apple на предмет нарушения антимонопольного закона, но и экономические взаимодействия и последствия, связанные с практиками Apple. В данном контексте интересно обратиться к подходам, применяемым российскими регуляторами. В качестве примера приведем дело Booking.com B.V. [Картотека арбитражных дел, www], где компания навязывала отелям и хостелам обязательное «предоставление и соблюдение паритета цен и номеров», что означало невозможность самостоятельного установления цена на услуги. Антимонопольный орган дал оценку поведения компании на товарном рынке и аргументам Booking.com, который ссылался на используемую бизнес-модель с целью пресечения использования агрегатора как рекламной площадки. Суды согласились с позицией антимонопольного органа, что условие о паритете цен ограничивает конкуренцию на рынке и не соотносится с разумным экономическим интересом.

## Заключение

Антимонопольное законодательство США имеет длительную историю, а акты Шермана, Клейтона и по сей день является базисом американского регулирования. В Российской Федерации антимонопольное право является достаточно «молодой» отраслью, и поэтому анализ антимонопольного регулирования США может быть полезным для нашей страны.

Проблема же злоупотребления доминирующим положением является одной из главных как для российского антимонопольного ведомства, так и для американского, особенно остро она ощущается в контексте злоупотребления со стороны цифровых гигантов. При этом, несмотря на «молодость» российского антимонопольного права, в нем содержатся нормы, аналогичные американскому антитрасту: нормы в части анализа рынка, о порядке уведомления при заключении сделок, формы злоупотребления доминирующим положением. Нельзя не отметить, что совершенствование нормативных актов и качественная работа антимонопольных органов приносят свои плоды. Так, по ст. 10 Закона о защите конкуренции было возбуждено в 2022 г. 424 дела, в 2021 г. – 483 дела, а в 2020 г. – 539 дел [Доклад о состоянии конкуренции за 2022 год, www]. Анализ американских дел позволил сделать вывод, что антимонопольное ведомство очень тщательно анализирует поведение доминанта, учитывая экономические особенности (что является эффективным инструментом, влияющим на правовое сознание хозяйствующих субъектов).

Безусловно, в России также есть дела, в которых усматривается проведение экономического анализа (дело Booking.com), однако это нельзя назвать постоянной практикой. Зачастую решения органов содержат нормативную аргументацию, а также ссылку на количественный критерий. Автор полагает, что необходимо давать оценку и иным аспектам: характеристике товарного рынка, анализу поведения сторон, анализу управленческих решений доминанта. Представляется, что совокупное исследование вышеуказанных факторов может оказать благоприятное влияние на конкурентную среду.

В заключение отметим, что изучение исторического опыта США может позволить выработать более эффективные инструменты для защиты конкуренции [Ernst, 2010], при этом внедрение иностранного опыта возможно только при анализе применимости к конкретным национальным условиям.

## Библиография

1. Алешин К.Н. и др. Научно-практический комментарий к Федеральному закону «О защите конкуренции» (постатейный). 2-е изд., перераб. и доп. М.: Статут, 2016. 1024 с.
2. Беликова К.М. Правовые акты об охране конкурентной среды стран НАФТА: история и современность // Российский юридический журнал. 2014. № 1.
3. Бокарев М.А., Бондарь Л.А., Васильев В.Ю. Монополизм и антимонопольное регулирование: опыт, проблемы, решения. М.: НИИПИИ, 1991.
4. Доклад о состоянии конкуренции за 2022 год. URL: [file:///C:/Users/Kirsanova.IA/Downloads/Доклад\\_о\\_состоянии\\_конкуренции\\_за\\_2022\\_г.-1693918867](file:///C:/Users/Kirsanova.IA/Downloads/Доклад_о_состоянии_конкуренции_за_2022_г.-1693918867).
5. Картотека арбитражных дел. URL: <https://kad.arbitr.ru/Card/1ed35e79-1aa7-45a9-934c-e41875c3e42d>.
6. Мозолин В.П. Корпорации, монополии и право в США. М.: Изд-во Московского университета, 1966. 394 с.
7. Apple Inc.v.Pepper, 587. U.S., 2019. URL: <https://supreme.justia.com/cases/federal/us/587/17-204>.
8. Aruk P.E. The Short-Run Theory of Price Discrimination // The Journal of Political Economy. 1981. P. 717-728.
9. Aspen Skiing company, Petitioner v. Aspen Highlands skiing corporation. URL: <https://www.law.cornell.edu/supremecourt/text/472/585>.

10. Bork R. The Antitrust Paradox: A Policy at War with itself // The Free Press Publication. 1978.
11. Ernst P. The legacy of American Antitrust: How Past Enforcement Challenges the Future // Antitrust Bulletin. 2010. No. 3. P. 623-647.
12. Krauss M., Harris M. Antitrust Enforcement for Monopsony and abuse of Buyer Power // Antitrust Bulletin. 2012. No. 63 (4). P.494-520.
13. Leslie C.R. Antitrust Law: Policy and Practice. Fifth Edition. New York: Oxford University Press, 2019.
14. Louis D. Brandeis Title: The Curse of Bigness: Miscellaneous Papers of Louis D. Brandeis // Echo Point Books & Media Year of publication. 2018. 252 p.
15. Opinion of the Court (1911). URL: <https://www.law.cornell.edu/supremecourt/text/221/1#toc-res2444405>.
16. Posner R.A. The Economic Analysis of Law // Wolters Kluwer & Business. 2014. 840 p.
17. Sherman Antitrust. 1890. 15 U.S.C. P. 1-7 URL: [https://en.wikisource.org/wiki/Sherman\\_Act](https://en.wikisource.org/wiki/Sherman_Act).
18. Spence M. Competition in Economics. Harwood Academic Publishers. 1987. 203 p.
19. Stiglitz J. Price Discrimination and Economic Welfare // The Economic Review. 1981. No. 2. P. 242-247.
20. Stiglitz J. The Price of Inequality: How Today's Divided Society Endangers Our Future. W.W .Norton & Company Publication. 2012. 448 p.
21. Thomas S. Ulen. The Law and Economics of Contract Interpretation // Cambridge University Press, 2005.
22. U.S. v. Microsoft: Court's findings of fact. URL: <https://www.justice.gov/atr/us-v-microsoft-courts-findings-fact>.
23. US Airways, Inc.v.Sabre Holdings Corp. URL: <https://www.lexisnexis.com/community/case-opinion/b/case/posts/us-airways-inc-v-sabre-holdings-corp>.
24. Walmart Stores v. Visa Inc., 784 F.3d 479 (2d Cir 2015). URL: <https://law.justia.com/cases/federal/appellate-courts/ca2/14-5139/14-5139-2015-06-26.html>.

## **Certain forms of abuse of dominant position: U.S. experience**

**Iлона A. Kirsanova**

Postgraduate Student,  
Saint Petersburg State University,  
199034, 7/9 Universitetskaya nab.emb., Saint Petersburg, Russian Federation;  
e-mail: st030149@student.spbu.ru

### **Abstract**

This article is devoted to the consideration of the institute of prohibition of abuse of dominant position, the peculiarities of the historical development of antimonopoly legislation in the United States. The author explores the peculiarities of US regulations, in particular the Sherman Law and the Clayton Law. The work reflects some forms of abuse of a dominant position: denial of access to resources and price discrimination (absolute, hidden and third degree), imposition of unfavorable contractual conditions. The article also reveals the essence of these forms of abuse of dominant position, which are most often resorted to by dominant economic entities. The author points out the need for an analysis of sufficient competition in the study of the actions of dominant subjects. The most significant and well-known cases (Apple, Microsoft Corporation, American Airlines) related to the application of the ban on abuse of a dominant position in the United States are considered. The importance of observing the public interest aimed at protecting competition and the owner's right to own a product is emphasized. The article concludes that it is necessary to study the historical aspect of the prohibition of abuse of a dominant position in order to improve national legislation, taking into account economic realities. The author focuses on the intersectoral nature of the institution of abuse of a dominant position, pointing out the need to use economic instruments in order to maintain a balance of interests and protect competition.

**For citation**

Kirsanova I.A. (2023) Otdel'nye formy zloupotrebleniya dominiruyushchim polozheniem: opyt SShA [Certain forms of abuse of dominant position: U.S. experience]. *Voprosy rossiiskogo i mezhdunarodnogo prava* [Matters of Russian and International Law], 13 (7A), pp. 174-183. DOI: 10.34670/AR.2023.77.22.053

**Keywords**

Competition, economic development, market power, monopoly, antitrust regulation, Sherman's Law, Clayton's Law, dominant position, price discrimination, denial of access.

**References**

1. Aleshin K.N. et al. (2016) *Nauchno-prakticheskii kommentarii k Federal'nomu zakonu «O zashchite konkurentsii» (postateinyi)* [Scientific and practical commentary on the Federal Law “On the Protection of Competition” (article-by-article)], 2nd ed. Moscow: Statut Publ.
2. *Apple Inc. v. Pepper*, 587. U.S. (2019). Available at: <https://supreme.justia.com/cases/federal/us/587/17-204> [Accessed 22/06/2023].
3. Aruk P.E. (1981) The Short-Run Theory of Price Discrimination. *The Journal of Political Economy*, pp. 717-728.
4. *Aspen Skiing company, Petitioner v. Aspen Highlands skiing corporation*. Available at: <https://www.law.cornell.edu/supremecourt/text/472/585> [Accessed 12/06/2023].
5. Belikova K.M. (2014) Pravovye akty ob okhrane konkurentnoi sredy stran NAFTA: istoriya i sovremennost' [Legal acts on the protection of the competitive environment of NAFTA countries: history and modernity]. *Rossiiskii yuridicheskii zhurnal* [Russian Legal Journal], 1.
6. Bokarev M.A., Bondar' L.A., Vasil'ev V.Yu. (1991) *Monopolizm i antimonopol'noe regulirovanie: opyt, problemy, resheniya* [Monopoly and antimonopoly regulation: experience, problems, solutions]. Moscow: Research Institute of Planning and Standards.
7. Bork R. (1978) The Antitrust Paradox: A Policy at War with itself. *The Free Press Publication*.
8. *Doklad o sostoyanii konkurentsii za 2022 god* [State of Competition Report 2022]. Available at: [file:///C:/Users/Kirsanova.IA/Downloads/Doklad\\_o\\_sostoyanii\\_konkurentsii\\_za\\_2022\\_g.-1693918867](file:///C:/Users/Kirsanova.IA/Downloads/Doklad_o_sostoyanii_konkurentsii_za_2022_g.-1693918867) [Accessed 12/06/2023].
9. Ernst P. (2010) The legacy of American Antitrust: How Past Enforcement Challenges the Future. *Antitrust Bulletin*, 3, pp. 623-647.
10. *Kartoteka arbitrazhnykh del* [File of arbitration cases]. Available at: <https://kad.arbitr.ru/Card/1ed35e79-1aa7-45a9-934c-e41875c3e42d> [Accessed 12/06/2023].
11. Krauss M., Harris M. (2012) Antitrust Enforcement for Monopsony and abuse of Buyer Power. *Antitrust Bulletin*, 63 (4), pp.494-520.
12. Leslie C.R. (2019) *Antitrust Law: Policy and Practice. Fifth Edition*. New York: Oxford University Press.
13. Louis D. (2018) Brandeis Title: The Curse of Bigness: Miscellaneous Papers of Louis D. Brandeis. *Echo Point Books & Media Year of publication*.
14. Mozolin V.P. (1966) *Korporatsii, monopolii i pravo v SShA* [Corporations, monopolies and law in the USA]. Moscow: Publishing House of Moscow University.
15. *Opinion of the Court* (1911). Available at: <https://www.law.cornell.edu/supremecourt/text/221/1#toc-res2444405> [Accessed 17/06/2023].
16. Posner R.A. (2014) *The Economic Analysis of Law. Wolters Kluwer & Business*.
17. *Sherman Antitrust*. (1890). 15 U.S.C, pp. 1-7 Available at: [https://en.wikisource.org/wiki/Sherman\\_Act](https://en.wikisource.org/wiki/Sherman_Act) [Accessed 12/06/2023].
18. Spence M. (1987) *Competition in Economics*. Harwood Academic Publishers.
19. Stiglitz J. (1981) Price Discrimination and Economic Welfare. *The Economic Review*, 2, pp. 242-247.
20. Stiglitz J. (2012) *The Price of Inequality: How Today's Divided Society Endangers Our Future*. W.W .Norton & Company Publication.
21. Thomas S. (2005) Ulen. *The Law and Economics of Contract Interpretation*. Cambridge University Press.
22. *U.S. v. Microsoft: Court's findings of fact*. Available at: <https://www.justice.gov/atr/us-v-microsoft-courts-findings-fact> [Accessed 12/06/2023].
23. *US Airways, Inc. v. Sabre Holdings Corp*. Available at: <https://www.lexisnexis.com/community/case-opinion/b/case/posts/us-airways-inc-v-sabre-holdings-corp> [Accessed 15/06/2023].
24. *Walmart Stores v. Visa Inc., 784 F.3d 479 (2d Cir 2015)*. Available at: <https://law.justia.com/cases/federal/appellate-courts/ca2/14-5139/14-5139-2015-06-26.html> [Accessed 12/06/2023].