

ГОСПОДАРСЬКЕ ПРАВО; ГОСПОДАРСЬКО-ПРОЦЕСУАЛЬНЕ ПРАВО

УДК 346.5.

DOI <https://doi.org/10.32844/2618-1258.2023.6.6>

ДЕНИСЕНКО С.М.

ОСОБЛИВОСТІ КОНТРОЛЮ ЗА КОНЦЕНТРАЦІЯМИ НА ЦИФРОВИХ РИНКАХ

PECULIARITIES OF MERGER CONTROL IN DIGITAL MARKETS

Актуальність статті полягає в тому, що контроль за концентрацією на цифрових ринках є складною, багатоаспектною та трудомісткою роботою, яка виконується спеціально створеними для цього суб'єктами публічної влади в сфері захисту конкуренції та контролю за цифровими ринками (в Україні – це Антимонопольний комітет України та Міністерство цифрової трансформації України). Разом з тим законодавство України, яке б регулювало процеси концентрації на цифрових ринках, повноваження АМК України при концентрації на цифрових ринках, відсутнє.

Метою статті є розкриття особливостей здійснення концентрацій на цифрових ринках з метою визначення тих аспектів, які необхідно врахувати при формулюванні пропозицій удосконалення вітчизняного конкурентного права.

У статті були проаналізовані роботи зарубіжних авторів, аналітичні звіти Організації економічного співробітництва та розвитку, іноземних конкурентних відомств, законодавство України, ЄС, Німеччини, Японії, Китаю. Зазначений аналіз дозволив синтезувати найбільш характерні ознаки концентрацій на цифрових ринках. Зазначено, що ознаками концентрації на цифрових ринках є: зосередження даних постачальників наборів даних та інформаційних послуг; концентрація даних як перевага на рекламних ринках; перевага даних для вдосконалення існуючих або розробки нових продуктів; утримання даних та вхідних даних.

Вказано на те, що за останні десять років найбільші оператори цифрових платформ зміцнили і консолідували свої позиції на ринку за рахунок великої кількості угод зі злиття та поглинання. Тому конкурентні відомства багатьох держав почали замислюватися над формулюванням пропозицій щодо нових підходів до контролю за концентраціями на цифрових ринках.

Наголошено на тому, що регулятори усвідомили, що спостерігається зростаюча тенденція до поглинання стартапів цими цифровими компаніями. Основна проблема полягає в тому, що через низький обсяг реалізації, характерний для стартапів, транзакції не виявляються антимонопольними органами, що ускладнює відокремлення антиконкурентних транзакцій від проконкурентних або нейтрально-конкурентних.

Доведено, що конкуренція між підприємствами цифрових платформ та ефективне антимонопольне регулювання цифрової економіки в міжнародному контексті залежить від того, чи країни та регіони постійно поглиблюють двостороннє, багатостороннє та регіональне співробітництво в антимонопольному контексті.

Ключові слова: концентрація, цифрові ринки, дані, вхідні дані, конкурентне законодавство, господарська діяльність.

© ДЕНИСЕНКО С.М. – адвокат, здобувач ступеня доктора філософії за спеціальністю «Право» кафедри міжнародного, цивільного та комерційного права (Державний торговельно-економічний університет)

The relevance of the article lies in the fact that control over concentration in digital markets is a complex, multifaceted and time-consuming work performed by specially created public authorities in the field of competition protection and control over digital markets (in Ukraine, these are the Antimonopoly Committee of Ukraine and the Ministry of Digital Transformation of Ukraine). At the same time, there is no effective Ukrainian legislation that would control the processes of concentration in digital markets, nor the powers of the AMC of Ukraine in the context of concentration in digital markets.

The purpose of the article is to reveal the peculiarities of concentrations in digital markets with a view to identifying the aspects which should be taken into account when formulating proposals for improving the national competition law.

The article analyzes the works of foreign authors, analytical reports of the Organization for Economic Cooperation and Development, foreign competition authorities, and the laws of Ukraine, the EU, Germany, Japan, and China. This analysis allowed the author to synthesize the most relevant characteristics of concentrations in digital markets. It is noted that the aspects of concentration in digital markets are as follows: concentration of data providers of datasets and information services; data concentration as an advantage in advertising markets; advantage of data for improving existing products or developing new ones; data retention and input data.

It is pointed out that over the past ten years, the largest digital platform operators have strengthened and consolidated their market positions through a large number of mergers and acquisitions. Therefore, the competition authorities of many countries decided to formulate proposals for new approaches to controlling concentrations in digital markets.

It is emphasized that regulators have realized that there is a growing trend of startups being acquired by these digital companies. The main problem is that, due to the low turnover characteristic of startups, transactions are not detected by antitrust authorities, which makes it difficult to separate anticompetitive acquisitions from procompetitive or neutral-competitive ones.

It is proved that competition between digital platform companies and effective antitrust regulation of the digital economy in the international context depends on whether countries and regions constantly deepen bilateral, multilateral and regional cooperation in antitrust enforcement.

Key words: *concentration, digital markets, data, input data, competition law, economic activity.*

Вступ. Останні два десятиліття очевидно є тенденція, що великі технологічні компанії часто купують менших учасників ринку, особливо тих, які лише розпочинають свою господарську діяльність. Однак купівля однієї компанії іншою може призвести до набуття контролю, а саме вирішального впливу однієї чи декількох пов'язаних юридичних та/або фізичних осіб на господарську діяльність суб'єкта господарювання чи його частини, який здійснюється безпосередньо або через інших осіб (ст.1 Закону України «Про захист економічної конкуренції (надалі – Закон про конкуренцію.)» [1]. У ч.2. ст. 22 Закону про конкуренцію міститься перелік дій, які визнаються концентрацією та залежать від складу активів; ст.24 Закону про конкуренцію передбачає випадки, у яких необхідно отримувати дозвіл на концентрацію та пов'язані з фінансовими показниками набувача контролю (управителя) та об'єкта набуття контролю (власника активів). Однак на практиці суб'єкти господарювання при купівлі інших компаній занижують порогові показники, визначені конкурентним законодавством, і таким чином, уникають необхідності отримання дозволу на концентрацію.

Тим не менш, особливості функціонування цифрових ринків показують, що подібні концентрації несуть потенційні загрози для економічної конкуренції, а традиційні підходи до врегулювання процедур контролю за концентраціями шляхом встановлення порогових значень, не є ефективними. Конкурентне відомство Німеччини визнало, що за останні десять років найбільші оператори цифрових платформ зміцнили і консолідували свої позиції на ринку за рахунок великої кількості угод зі злиття та поглинання, чому не завадило ефективне застосування стандартного набору інструментів контролю за злиттями [2].

У цьому контексті слід згадати явище неконтрольованих «вбивчих поглинань»: йдеться про поглинання нових, високо інноваційних, (потенційно) конкуруючих компаній вже з існуючими інтернет-компаніями з метою забезпечення ринкової влади останніх, без можливості

будь-якого державного контролю за злиттями через малий розмір придбаних компаній (обсягу реалізації). Саме тому конкурентні відомства багатьох держав почали замислюватися над формулюванням пропозицій щодо нових підходів до контролю за концентраціями на цифрових ринках.

Певні ключові особливості цифрових індустрій суттєво впливають на динаміку цих ринків і на те, як фірми конкурують між собою. Зокрема, ці характеристики можуть сприяти зростанню та зміцненню екосистем і часто непередбачуваній еволюції нових бізнес-моделей. Тому важливо розуміти ці характеристики, щоб всебічно оцінити цифрові злиття та їхні потенційні результати.

Постановка завдання. Метою цього дослідження буде з'ясувати особливості здійснення концентрацій на цифрових ринках з метою визначення тих аспектів, які необхідно врахувати при формулюванні пропозицій удосконалення вітчизняного конкурентного права.

Доктринальний аналіз робіт зарубіжних авторів (Rupprecht Podszun [2], V. Robertson [3], H. Richter [4]), а також аналітичних звітів Організації економічного співробітництва та розвитку [5], іноземних конкурентних відомств дозволив синтезувати найбільш характерні ознаки концентрацій на цифрових ринках.

Результати дослідження. З 2015 року почав діяти Єдиний цифровий ринок – документ Єдиного європейського ринку, що охоплює цифровий маркетинг, електронну комерцію та телекомунікації. 17 грудня 2020 року Міністерством цифрової трансформації України була представлена оновлена Дорожня карта інтеграції України до Єдиного цифрового ринку ЄС [6]. Створення Єдиного цифрового ринку ЄС полягає у об'єднанні національних ринків держав-членів, застосуванні єдиних підходів і стандартів у цифровій сфері ЄС, усуненні бар'єрів щодо транскордонних транзакцій, які відбуваються онлайн тощо. Він ґрунтується на концепції спільного ринку, яка спочатку передбачала усунення торговельних бар'єрів між державами-членами, а згодом була розвинута у концепцію внутрішнього ринку – ринок без внутрішніх кордонів, де забезпечується вільний рух товарів, людей, послуг та капіталу [7, с.10]. Разом з тим, законодавство України не має на даний час механізму регулювання концентрації на цифрових ринках, тому варто вивчити досвід інших держав. Варто зазначити, що в різних державах спеціального закону, який би регулював концентрацію на цифрових ринках немає, ці питання регулюються загальними законами про конкуренцію. Так у Німеччині діє Закон про конкуренцію (Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen – GWB) [8], Закон Японії про підвищення прозорості та чесності цифрових платформ, який набув чинності в 2020 році, не містить положення щодо регулювання злиття на цифрових платформах. Але у квітні 2022 року JFTC оголосив про створення нового офісу, який спеціалізується на аналізі ринку для розгляду, зокрема, пов'язаних із цифровими злиттями. Ця пропозиція виникла після публікації аналізу набору вказівок щодо перегляду злиттів у грудні 2019 року, відповідно до якої були внесені значні зміни для кращого охоплення транзакцій у цифровому секторі. Згідно з новими правилами, учасникам злиття, яке не відповідає пороговим вимогам для звернення у відомство, але має суму транзакції понад 40 мільярдів єн (приблизно 275 мільйонів доларів США) і, як очікується, вплине на японських споживачів, наполегливо рекомендується добровільно проконсультуватися з JFTC [9].

Основним регулюючим законом про конкуренцію в Китаї є Антимонопольний закон («AML»). Перші значні поправки після набрання чинності Законом про відмивання коштів («Поправки до AML»), які включають положення, що стосуються цифрових технологій, набули чинності 1 серпня 2022 року. Закон про відмивання коштів доповнився низкою імплементаційних нормативних актів і вказівок, зокрема Антимонопольними рекомендаціями для онлайн-платформ, які надали вказівки щодо застосування AML до онлайн-платформ [10]. Найбільш прогресивним щодо конкуренції на цифрових ринках, на нашу думку, є законодавство ЄС. Так, в ЄС всі цифрові компанії керуються Договором про функціонування Європейського Союзу, Регламентом Європейського Союзу про злиття, Загальним регламентом захисту даних, Законом про цифрові ринки і Законом про цифрові послуги. Ст. 14 Закону ЄС про цифрові ринки вимагає від гейткіперів інформувати Комісію про всі заплановані злиття та поглинання, *«якщо суб'єкти злиття або об'єкт концентрації надають основні послуги платформи чи будь-які інші послуги в цифровому секторі або дозволяють збирати дані»*, незалежно від того, чи відповідають ці операції *Порогам контролю за злиттями в ЄС*. На практиці ст. 14 означає, що гейткіпери повинні інформувати Комісію про практично всі свої транзакції до їх закриття. Але Комісії не потрібно приймати рішення про дозвіл за ст. 14 до того, як гейткіпер зможе закрити угоду. [11].

Цифрові ринки часто є багатогранними і демонструють мережеві ефекти, які зазвичай визначаються як *«вигоди, які отримують споживачі продукту, коли більше споживачів використовують цей продукт»* [12]. Специфікою цих ринків є взаємодія між двома або більше різними гравцями ринку та їхніми користувачами, наприклад, користувачами платформи та рекламодавцями.

Взаємодія між різними учасниками ринку лежить в основі створення цінності онлайн-платформ, що посилюється як прямими, так і непрямими мережевими ефектами. Дійсно, один учасник ринку не тільки отримує додаткову цінність від взаємодії з іншим учасником, але ця цінність також збільшується завдяки участі інших користувачів у онлайн-платформі. Онлайн-платформи можуть посилювати свою ринкову владу та створювати бар'єри для входу на ринок, посилюючи та розширюючи такі мережеві ефекти.

Важливість динаміки мережових ефектів ще більше посилюється великими даними, під якими зазвичай розуміють використання великомасштабних обчислювальних потужностей і технологічно вдосконаленого програмного забезпечення для збору, обробки та аналізу даних, що характеризуються великим обсягом, швидкістю, різноманітністю та цінністю. На цифрових ринках дані відіграють ключову роль і як актив, і як вхідні дані для алгоритмічних систем платформ, створюючи цінність для платформ і стаючи важливим джерелом ринкової влади.

По-друге, цикли зворотного зв'язку з даними, уможливлені технологіями штучного інтелекту (ШІ) та машинного навчання, посилюють цінність, яку платформи можуть створювати за допомогою своїх даних. Великі масиви даних цифрових платформ надають їм значну інформаційну перевагу, дозволяючи покращити продуктивність алгоритмів ШІ, щоб отримати краще розуміння своєї користувацької бази і, таким чином, підвищити якість послуг, що надаються користувачам, і точність таргетованої реклами. Це, своєю чергою, приваблює більше користувачів з одного боку ринку, а з іншого – додаткові кошти від реклами.

По-друге, мережеві ефекти посилюють позитивний вплив цих циклів зворотного зв'язку. Залучення більшої кількості користувачів з одного боку ринку, в свою чергу, підвищує привабливість платформи для інших користувачів з обох боків ринку, таким чином, підживлюючи і посилюючи петлю зворотного зв'язку. Масштаб цих ефектів також залежить від того, чи користувачі є однохостинговими або багатохостинговими, а також від ступеня диференціації платформ та рівня інтероперабельності між сервісами платформ.

Збір та агрегування даних також може призвести до економії на масштабах, зумовленої використанням даних. Компанії, які здатні отримувати великі обсяги даних, а також агрегувати та аналізувати кілька взаємодоповнюючих наборів даних, можуть генерувати більшу економічну цінність порівняно з тим, що можна отримати, аналізуючи окремі набори даних, завдяки кращому розумінню машинного навчання та зниженню витрат на застосування аналізу даних до об'єднаного набору даних.

Нарешті, багатосторонній характер цифрових ринків уможливив появу бізнес-моделей, в основі яких лежить надання продуктів і послуг за нульовою ціною, принаймні одному із учасників ринку (як правило, учаснику, зверненому до споживача). Ринки з нульовою ціною часто маскують ціну негрошового характеру, що відображає реальну мотивацію, таку як збір даних, привернення уваги споживачів з рекламною метою, розвиток споживчої бази або інші довгострокові цілі [13].

Відсутність доходів від продажів і можливості розрахунку ринкових часток, що базуються на вартісних показниках, створює потребу в нових показниках для вимірювання ринкової влади. Крім того, на ринках з нульовою ціною негативні ефекти на споживачів не можна оцінити в категоріях зростання цін. Визначення ключових параметрів, за якими конкурують гравці, та оцінка негативних ефектів на споживачів з точки зору багатогранних факторів, таких як погіршення якості, стає більш значущою. Нарешті, роль даних як нового типу «валюти» на ринках, де споживачі часто розглядаються як такі, що платять своїми даними, може призвести до додаткових труднощів з точки зору того, чи варто і як враховувати ступінь конфіденційності, що надається платформою, як параметр конкуренції [14].

Поєднання цих факторів разом із значною економією від масштабу породжує конкуренцію за ринкову динаміку, що робить цифрові ринки особливо схильними до «перекидання». У короткостроковій перспективі існує можливість для гострої конкуренції, оскільки гравці борються за те, щоб стати бенефіціарами мережових ефектів та економії на масштабах, що може призвести до переваг для споживачів. Однак шойно гравець стає лідером ринку, ця динаміка може прискорити його підйом до домінування до такого рівня, коли вхід на нього стає дуже складним. За наявності динаміки «переможець отримує все/переможець отримує більшість» можна стверджувати, що ухилення від контролю за концентраціями може принести більше шкоди економічній конкуренції, ніж на більш традиційних ринках.

Як випливає із вищенаведеного аналізу, ринкова влада на цифрових ринках формується певною мірою за рахунок інших факторів, аніж на традиційних ринках, тому конкурентним

відомствам потрібні інші інструменти здійснення контролю за концентраціями. У тому числі з огляду на те, що критерій наявності ринкової влади не обов'язково обумовлюється монопольною (домінуючою) позицією на ринку суб'єкта господарювання. Саме тому асиметричний підхід до суб'єктів господарювання у конкурентному законодавстві є абсолютно виправданим. Разом з тим, найперше, що варто уяснити, що розуміється під поняттям «суб'єкт господарювання, які потенційно мають значну ринкову владу на цифрових ринках».

Так, новітні зміни до конкурентного законодавства низки провідних держав містять поняття суб'єктів господарювання, які потенційно мають значну ринкову владу на цифрових ринках. Так, у Великій Британії вони називаються суб'єкт господарювання зі «стратегічним ринковим статусом»; у Німеччині – суб'єкт господарювання, що «має першорядне значення для конкуренції на різних ринках»; «гейткіпер» у ЄС; у Японії – «визначені провайдери цифрових платформ»; у США – «охоплені платформи»; посередницька онлайн-платформи з «переважною переговорною позицією» (Корея); цифрові платформи, що мають повноваження контролювати основний доступ (Бразилія) [5, р.9-10]. Відповідно до згаданих суб'єктів господарювання застосовується особливе *ex ante* регулювання. Концептуальний зв'язок між розміром компанії та їхньою ринковою владою, з одного боку, і різними новими правовими концепціями для визначення регульованих суб'єктів, з іншого, є очевидним у всіх регуляторних режимах, хоча кожен з них зосереджується на різних проявах такої влади.

Такий підхід зарубіжних законодавців базується на презумпції з використанням кількісних критеріїв, без визначення ринку («технічний кількісний підхід»). Визначення ринку є трудомістким процесом і в «традиційному» конкурентному праві часто призводить до того, що розгляд справи стає складнішим і тривалішим. Довга тривалість провадження є особливо проблематичною з огляду на те, що цифрові ринки є динамічними і швидкозмінними.

Концентрація на цифрових ринках може вплинути на здатність сторін отримувати доступ до існуючих даних та збирати нові дані. Це може мати проконкурентні наслідки та сприяти впровадженню інновацій в діяльність суб'єкта господарювання. Зокрема, доступ до даних та збагачення наборів даних може дозволити компаніям вдосконалити свої продукти чи послуги, а також надавати нові послуги. Крім того, придбання даних може також сприяти значній синергії між стартапами та вже існуючими компаніями [15].

Однак концентрації, пов'язані з даними, викликають занепокоєння з точки зору конкуренції, якщо покращений доступ до даних перетворюється на «перевагу в даних», яка збільшує концентрацію даних, що в кінцевому підсумку обмежує конкуренцію на відповідних ринках і викликає заперечення з боку регуляторних органів. Це стосується як горизонтальних злиттів, так і вертикальних та конгломератних злиттів, які є типовою рисою цифрової економіки.

Аналіз практики Європейської комісії, проведений Х. Ріхтером, свідчить про те, що це конкурентне відомство виділяє такі ознаки концентрацій на цифрових ринках:

1) зосередження даних постачальників наборів даних та інформаційних послуг. Вказане стосується насамперед горизонтальних концентрацій, в яких беруть участь гравці, що пропонують набори даних та інформаційні послуги. Це означає, що до концентрації вони пропонували взаємозамінні набори даних/інформацію на ринку як конкуренти. Конкурентні проблеми пов'язані з їхніми великими частками на ринку аналогічних продуктів і ймовірними бар'єрами для конкурентів, щоб вийти на ринок і запропонувати аналогічні набори даних;

2) концентрація даних як перевага на рекламних ринках. Вертикальні та конгломератні концентрації, коли доступ до даних компанії-цілі дає можливість покупцеві створювати перешкоди для ефективної конкуренції на ринку цифрової реклами, на якому він уже присутній;

3) перевага даних для вдосконалення існуючих або розробки нових продуктів. У серії рішень Європейська комісія досліджувала як концентрація даних може допомогти компаніям вдосконалити свої існуючі продукти або розробити нові, і водночас підвищити вхідні бар'єри для конкурентів і знизити конкурентоспроможність відповідного ринку;

4) утримання даних та вхідних даних. Європейська Комісія все частіше звертає увагу на обмеження конкуренції, якщо концентрація призводить до вилучення вхідних даних як вертикального ефекту. Це відбувається, якщо транзакція створює стимули для зменшення доступності даних, які в іншому випадку постачалися б клієнтам (і потенційним конкурентам) нижче за ланцюжком. Це стосується конгломератних концентрацій, які ускладнюють доступ фактичних або потенційних конкурентів до постачання, даних або ринків. Таке обмеження доступу до даних може набувати різних форм, наприклад, припинення надання даних, підвищення цін, погіршення якості даних або інтероперабельності [4].

Стрімке зростання ринкової влади онлайн-платформ, таких як Google, Amazon, Facebook, Apple та Microsoft (разом відомих як GAFAM), викликає занепокоєння антимонопольних органів фактично більшості країн. Антимонопольні органи обговорюють, як адаптувати конкурентну політику до нової цифрової економіки. Що стосується контролю за злиттями, то регулятори усвідомили, що спостерігається зростаюча тенденція до поглинання стартапів цими цифровими компаніями. Основна проблема полягає в тому, що через незначні обсяги реалізації характерні для стартапів, транзакції потрапляють за межі контролю антимонопольними органами, що ускладнює виявлення антиконкурентних транзакцій від про- або нейтрально-конкурентних.

Висновки. Актуальність питання контролю на цифрових ринках полягає в тому, що технологічні інновації лежать в основі підприємницької економіки. Як наслідок, антимонопольні органи повинні забезпечити, щоб ринкові умови були адекватними для ефективної конкуренції гравців, що включає перевірку того, що стратегія поглинання домінуючих великих платформ не завдає шкоди іншим гравцям, зокрема стартапам. Спираючись на останні роботи, це дослідження мало на меті проаналізувати фактори, які можуть бути враховані при контролі за злиттями для кращого виявлення антиконкурентних злиттів та поглинань.

Конкуренція між гравцями цифрових платформ та ефективне антимонопольне регулювання цифрової економіки в міжнародному контексті залежить від того, чи країни та регіони постійно поглиблюють двостороннє, багатостороннє та регіональне співробітництво в антимонопольній сфері. На основі захисту суверенітету, національної безпеки та економічних інтересів усіх країн у цифровій сфері необхідно, щоб органи влади сприяли встановленню практичних міжнародних правил контролю для ефективної і чесної конкуренції в цифровій економіці, які відображатимуть інтереси та потреби всіх країн, щоб побудувати новий режим глобальної конкуренції в цифровій економіці, що передбачає спільне управління та спільні вигоди. Це потребує розгляду та подальшого вивчення в майбутніх дослідженнях і практиці.

Список використаних джерел:

1. Про захист економічної конкуренції: Закон України від 11 січня 2001 року № 2210-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14#Text>.
2. Podszun, Rupperecht, Competition in the digital economy: What next after the Digital Markets Act? – Statement for the Economic Committee of the German Parliament (Bundestag) (April 27, 2022). Available at SSRN: URL: <https://ssrn.com/abstract=4096357> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4096357>.Robertson,
3. Viktoria H. S. E. Robertson (2024) Digital merger control: adapting theories of harm, European Competition Journal, DOI: 10.1080/17441056.2024.2307163. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17441056.2024.2307163>
4. Richter, H. Prospects of Merger Review in the Digital Age: A Critical Look at the EU, the United States, and Germany. *IIC* 54, 223–267 (2023). <https://doi.org/10.1007/s40319-023-01282-2>.
5. OECD (2023), G7 inventory of new rules for digital markets: Analytical note. URL: <https://www.oecd.org/competition/analytical-note-on-the-G7-inventory-of-new-rules-for-digital-markets2023.pdf>
6. Мінцифра представила оновлену Дорожню карту інтеграції до Єдиного цифрового ринку ЄС. URL: <https://thedigital.gov.ua/news/mintsifra-predstavila-onovlenu-dorozhnyu-kartu-integratsii-do-edinogo-tsifrovogo-rinku-es>.
7. Яворський П., Таран С., Шепотило О., Гаманюк О. Інтеграція України у Єдиний цифровий ринок ЄС. Потенційні економічні переваги. К., 2020. 53с. URL: https://ucerp.org.ua/wp-content/uploads/2021/01/dig_ukraine_eu_15.12.2020- WEB_3.pdf.
8. Закон Німеччини про конкуренцію (Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen – GWB). у редакції, опублікованій 26 червня 2013 року (Bundesgesetzblatt (Вісник федеральних законів) I, 2013, стор. 1750, 3245), з останніми поправками, внесеними статтею 1 Закону від 25 жовтня 2023 року (Вісник федеральних законів I, стор. 294). URL: https://www.gesetze-im-internet.de/englisch_gwb/englisch_gwb.html
9. Закон Японії про підвищення прозорості та чесності цифрових платформ. URL: <https://content.clearygottlieb.com/antitrust/digital-markets-regulation-handbook/japan/index.html>
10. Huanbing Izzy Xu, Yiming Sun. Китай. Digital market regulation handbook. URL: <https://content.clearygottlieb.com/antitrust/digital-markets-regulation-handbook/china/index.html#section-Introduction-KIwe71Uv95>

11. Томас Граф, Генрі Мостін, Пол Стюарт і Еммі Куйвалайнен. Європейський Союз. Digital market regulation handbook. URL: <https://content.clearygottlieb.com/antitrust/digital-markets-regulation-handbook/european-union/index.html>

12. OECD (2023), Theories of Harm for Digital Mergers, OECD Competition Policy Roundtable Background Note. URL: www.oecd.org/daf/competition/theories-of-harm-for-digital-mergers-2023.pdf.

13. Merger Assessment Guidelines. 18 March 2021 CMA129. URL: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/1051823/MAGs_for_publication_2021_--_.pdf.

14. Eleonora Ocello, & Cristina Sjödin. (2018). Digital markets in EU merger control: key features and implications. *Competition Policy International*. URL: <https://www.competitionpolicyinternational.com/wp-content/uploads/2018/02/CPI-Ocello-Sjodin.pdf>

15. Bundeskartellamt (BKartA), Bundeswettbewerbsbehörde (BWB) (2022) Leitfaden Transaktionswert-Schwellen für die Anmeldepflicht von Zusammenschlussvorhaben (Sec. 35 Abs. 1a GWB und Sec. 9 Abs. 4 KartG). https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/DE/Leitfaden/Leitfaden_Transaktionsschwelle.pdf;jsessionid=34E69CAD00376DBA20B0A0C59C59F701.1_cid381?__blob=publicationFile&v=7.