

ОГРАНИЧЕНИЕ КОНКУРЕНЦИИ НА «ОБЫЧНЫХ» И МНОГОСТОРОННИХ РЫНКАХ: ОБЩЕЕ И ОСОБЕННОЕ

Дудрина Валерия Александровна
Студент
МГУ имени М.В. Ломоносова,
Экономический факультет
(г. Москва, Россия)

Служевская Валерия Дмитриевна
Ведущий экономист
МГУ имени М.В. Ломоносова,
Экономический факультет;
Младший научный сотрудник
ЦИКЭР³ РАНХиГС при Президенте РФ
(г. Москва, Россия)

Аннотация

Несмотря на то, что многосторонние рынки – не новое явление, именно по мере цифровизации экономики их число и, соответственно, внимание к ним как ученых, так и регуляторов начало расти. Распространение таких рынков неизбежно ставит перед экономистами и антимонопольными регуляторами ряд вопросов: что представляют из себя многосторонние рынки? Насколько сильно они отличаются от традиционных? Каким образом необходимо подходить к их регулированию: игнорировать различия между двумя типами рынков или, наоборот, концентрировать свое внимание именно на них? То, какие будут даны ответы на вышеперечисленные вопросы, имеет большое значение, так как именно от них будет зависеть как дальнейшая политика действий антимонопольных регуляторов, так и благосостояние потребителей и фирм.

В данной работе рассматриваются различия и схожие характеристики традиционных и многосторонних рынков, а также теоретические аспекты их регулирования. Авторы данной работы проводят анализ подходов, которые на практике используются антимонопольными регуляторами ЕС, Германии, Великобритании, США и России.

Ключевые слова: антимонопольная политика, многосторонние рынки, платформы, косвенные сетевые внешние эффекты.

JEL коды: K21, L40, O32.

¹Дудрина В.А., e-mail: dudrina.lera@yandex.ru

²Служевская В.Д., e-mail: sluzhevskaya@econ.msu.ru

³ Центр исследований конкуренции и экономического регулирования

Введение

Несмотря на то, что многосторонние рынки существовали на протяжении длительного времени, особое внимание они стали привлекать с распространением такой формы организации бизнеса как цифровые платформы. С начала 2000-х годов силы многих экономистов были направлены на то, чтобы понять природу данных рынков, а также определить, насколько сильно они отличаются от традиционных рынков, и, соответственно, насколько сильно должны различаться подходы к их регулированию.

В данной работе основное внимание авторов уделено изучению многосторонних рынков и определению их общих и отличных черт в сравнении с традиционными рынками; анализ затрагивает как теоретическую, так и практическую стороны вопроса.

Статья состоит из трех частей. В первой части обсуждаются концептуальные вопросы исследования многосторонних рынков, платформ, перекрестных сетевых эффектов, сравнивается ценообразование в рамках традиционных («обычных») и многосторонних рынков. Вторая часть статьи посвящена изучению отличительных особенностей антимонопольного регулирования многосторонних платформ. В третьей части представлен сравнительный анализ подходов регуляторов разных юрисдикций (США, Великобритании, Канады, Австралии, Германии, ЕС и России) к анализу конкуренции на многосторонних рынках. Показано, что в рамках всех юрисдикций признается необходимость модификации подходов к многосторонним рынкам по сравнению с традиционными.

1. Экономика многосторонних рынков

1.1. Определение многосторонних рынков

Перед тем как перейти к анализу общего и особенного в рамках сравнения традиционных и многосторонних рынков, необходимо понять, что из себя представляют многосторонние рынки и дать определение вышеупомянутому понятию. На наш взгляд, понятия многосторонних рынков и многосторонних платформ неразрывно связаны, поэтому они рассматриваются нами совместно.

На данный момент экономисты еще не пришли к единому решению о том, каким образом можно определить многосторонние рынки. основополагающей работой в данной области исследований является статья Ж. Роше и Ж. Тироль (Rochet, Tirole, 2003). В ней авторы говорят о том, что двусторонний рынок определяется наличием на нем двух групп пользователей, взаимодействующих друг с другом посредством платформы, а также присутствием косвенных сетевых внешних эффектов между данными группами потребителей. Именно в данной работе были впервые разграничены между собой традиционные и многосторонние рынки.

Понятие сетевых внешних эффектов имеет важное значение при определении многосторонних рынков, а также функционирующих на них платформ: на них присутствуют два вида сетевых внешних эффектов. Прямой сетевой внешний эффект проявляется в том, что полезность потребителей одной группы изменяется с изменением числа потребителей в данной группе (Evans, Schmalensee, 2007); косвенный (перекрестный) – с изменением числа

потребителей в другой группе (Rochet, Tirole, 2006). Оба типа эффектов могут иметь как положительный, так и отрицательный характер.

Косвенные сетевые внешние эффекты играют важную роль в объяснении функционирования многосторонних рынков, а также для объяснения нулевого ценообразования на таких рынках. Эти эффекты не полностью отражаются в системе цен, однако платформы могут изменить ее таким образом, чтобы частично интернализировать их. Именно это и стремится сделать платформа. Подробнее об интернализации внешних эффектов будет сказано в следующей части статьи.

С появлением работы (Rochet, Tirole, 2003) интерес к изучению многосторонних рынков и присутствующих на них платформ возростал, для них стали появляться другие определения, акцентирующие внимание на отличных характеристиках их функционирования. Например, в работах (Armstrong, Wright, 2006; Caillaud, Jullien, 2003; Wright, 2003) авторы обращают внимание на возможности платформ частично интернализировать внешние эффекты, возникающие между двумя группами пользователей, и тем самым генерировать большую полезность для пользователей. Более широкое определение платформ на многосторонних рынках предложил в своей работе (Evans, 2003) – они рассматривались как площадки, осуществляющие координацию спроса между двумя разными группами пользователей. Уже в данных работах становится заметным тот факт, что понятие многостороннего рынка и платформ неразрывно связаны.

В свою очередь в работе (Hagiu, Wright, 2011) авторы обращают внимание на возможности платформ обеспечивать взаимодействие разных сторон пользователей (при этом авторы отмечают, что ценность каждой группы потребителей возрастает с ростом числа другой группы потребителей). В своей более поздней работе (Hagiu, Wright, 2015) отмечают, что они не считают наличие косвенного сетевого эффекта обязательным условием определения фирмы как платформы: по их мнению, вместо данного критерия платформа должна обязательно обеспечивать прямое взаимодействие между двумя разными группами потребителей, а также каждая группа потребителей должна быть вовлечена во взаимодействие с платформой (быть *single-homing* или *multi-homing*). Именно как следствие прямого взаимодействия между потребителями, а также из их вовлеченности во взаимодействие и возникают косвенные сетевые эффекты. При этом авторы признают, что на большинстве платформ присутствуют вышеупомянутые эффекты, однако также говорят о том, что их возникновение может произойти и в рамках традиционных фирм.

Помимо перечисленных выше взглядов на то, каким образом можно определить многосторонние рынки и платформы, имеются другие подходы к тому, как трактовать данные понятия. Мы считаем, что можно выделить следующий перечень критериев как наиболее полно совмещающий в себе различные взгляды исследователей на характеристики многосторонних рынков (Шаститко, Паршина, 2016):

- 1) присутствие двух (и более) групп потребителей на платформе;
- 2) присутствие сетевых эффектов (как прямых, так и косвенных);

3) значимость уровня цен, их не нейтральная структура (Rochet, Tirole, 2006) (т.е. того, каким образом плата за пользование платформой распределяется между группами ее пользователей);

4) прямое взаимодействие между группами пользователей платформы при осуществлении ими транзакций. Именно данная характеристика отличает фирму, функционирующую на многостороннем рынке от посреднической фирмы (Hagiu, Wright, 2011), которая контролирует значимые условия экономического обмена между потребителями;

5) осуществление единой транзакции.

Все вышеперечисленные характеристики свойственны как многосторонним рынкам, так и платформам, что еще раз подтверждает неразрывность данных понятий.

Подводя итог рассмотрению множественности определений многосторонних рынков, можно отметить два факта: во-первых, вышеперечисленные определения отражают тот факт, что когда речь идет о многостороннем рынке, то «термин «рынок» в данном контексте отличается от его значения для целей применения антимонопольного законодательства в привычном понимании» (Шаститко, Паршина, 2016, с. 7)⁴; во-вторых, множественность определений остается на сегодняшний день важной проблемой при рассмотрении вопросов, связанных с многосторонними рынками, так как именно от того, каким образом определяется многосторонний рынок будет зависеть и то, каким образом будет проводиться анализ деятельности той или иной компании (платформы), а также каким образом будет происходить регулирование ее деятельности.

1.2. Ценообразование на многосторонних и традиционных рынках

Главное отличие стратегии ценообразования на многостороннем рынке заключается в том, что платформе необходимо учитывать зависимость полезности и связанной с ней готовности платить (willingness to pay) пользователей одной из групп от количества пользователей другой группы.

Впервые это было исследовано в работах Ж. Роше и Ж. Тироль⁵ (Rochet, Tirole, 2003; Rochet, Tirole, 2006). На основе моделирования взаимодействия продавцов и покупателей через платформу, авторы выделяют несколько характерных принципов ценообразования на многосторонних рынках. Один из них заключается в том, что структура цен является «ненейтральной». Это означает, что в связи с существованием перекрестных сетевых внешних эффектов уровни цен для различных групп пользователей могут и вероятно будут отличаться. В частности, согласно авторам, сторона, которая генерирует более сильные перекрестные внешние эффекты, будет платить меньше - субсидироваться, чтобы привлечь еще большее число

⁴ Согласно п. 4 ст. 4 Федерального закона "О защите конкуренции" от 26.07.2006 N 135-ФЗ, «товарный рынок - сфера обращения товара (в том числе товара иностранного производства), который не может быть заменен другим товаром, или взаимозаменяемых товаров (далее - определенный товар), в границах которой (в том числе географических) исходя из экономической, технической или иной возможности либо целесообразности приобретатель может приобрести товар, и такая возможность либо целесообразность отсутствует за ее пределами». Приведенный в ФЗ-135 перечень критериев для определения товарного рынка не совпадает с критериями, характеризующими многосторонние рынки.

⁵ На примере модели двустороннего рынка с конкурирующими между собой платформами, которые имели как коммерческий, так и некоммерческий характеры.

участников. Тогда верна следующая логика. Например, платформа, устанавливая более низкую цену для одной стороны, привлекает на нее больше пользователей. Что в свою очередь, в связи с существованием перекрестных сетевых внешних эффектов, приводит к увеличению полезности для пользователей на другой стороне, которые соглашаются на высокую цену. В таком случае подобная стратегия структурирования цен (изменения их размеров для разных пользователей), позволяет платформе монетизировать выигрыши от интернализации перекрестных сетевых внешних эффектов (Шаститко, Паршина, 2016). Однако стоит отметить, что к платформам, где группы пользователей могут сами договориться о цене транзакции, подобная логика не применима. В частности, это относится к транзакционным рынкам (*transaction markets*) (Ribeiro, Golovanova, 2020).

Армстронг в целом солидарен с теорией Роше и Тироля (Armstrong, 2006)⁶. Он подчеркивает, что цена для каждой группы определяется величиной перекрестного сетевого внешнего эффекта, который она создает. Также в статье выделяются несколько дополнительных факторов, которые, по мнению автора, тоже определяют структуру цен на двустороннем рынке.

1. Тип взимаемого сбора (сбор за каждую транзакцию или фиксированная величина⁷). Армстронг отмечает, что пользователь может платить за каждую совершенную транзакцию или единожды при присоединении к платформе. Главное различие заключается в том, что использование первого типа приводит к снижению перекрестных экстерналий. Автор объясняет это тем, что, если агент платит только в случае успешной транзакции, ему не интересно, как платформа работает с другой стороной. А значит в этом случае, чтобы привлечь одну сторону на многосторонний рынок, не так важно привлекать вначале другую. Поэтому сбор за каждую транзакцию может оказаться более выгодным для платформы.

2. Тип адресации (единичная или множественная). На многостороннем рынке агенты могут либо пользоваться только одной платформой (единичная адресация, *single-homing*), либо – несколькими платформами (множественная адресация, *multi-homing*). Армстронг обращает внимание на ситуации, при которых одной стороне платформы доступна множественная адресация, а другой – только единичная. По его словам, в таком случае компания, владеющая платформой, получает монопольную власть по предоставлению доступа к пользователям с единичной адресацией, а значит может завышать цены для другой стороны рынка.

Многими авторами также отмечается, что на некоторых многосторонних рынках практикуется нулевое ценообразование (Wright, 2003; Armstrong, 2006). То есть с одной или нескольких групп агентов не взимается плата за пользование услугами платформы. Но им, по факту, приходится расплачиваться своим временем, вниманием или информацией (Wilbur, 2008). Так или иначе подобная стратегия позволяет привлечь большую аудиторию на платформу. Как правило, подобную ситуацию можно наблюдать в медиаиндустрии (радио, подкасты, телевидение).

⁶ В данной работе рассматриваются платформы, функционирующие в условиях: монополии; конкуренции между платформами, когда участники рынка присоединяются только к одной платформе; образования узких мест по типу “бутылочного горлышка”, когда одна группа присоединяется к обеим платформам.

⁷ Fixed fees or per-transaction charges.

Можно заметить, что стратегия ценообразования на многосторонних рынках внешне напоминает ценовую дискриминацию третьей степени, в рамках которой тоже устанавливаются разные цены для групп потребителей. Действительно, существует несколько схожих черт. Так компании, действующие в рамках как односторонних, так и многосторонних рынков, дифференцируют цены, поскольку это позволяет им увеличить доход, а также, в случае предприятий с возрастающей отдачей от масштаба, может быть единственным способом покрыть постоянные издержки (Evans, 2003). Однако можно выделить и принципиальные различия. Во-первых, в случае ценовой дискриминации третьей степени на традиционном рынке, часть излишка потребителя достается продавцу. В то же время на платформе совокупный излишек самой платформы и групп потребителей на ней может увеличиваться. Во-вторых, стандартная дискриминация третьей степени не предполагает возможность установления нулевой цены, что, как уже отмечалось, возможно для многостороннего рынка. И наконец, при ценовой дискриминации третьей степени устанавливается разная цена для разных пользователей на один и тот же продукт. А в рамках многосторонних рынков устанавливаются разные цены для разных сторон, но на разные (а не одинаковые) продукты (Шаститко, Паршина, 2016).

Подводя итог анализу ценообразования на многосторонних рынках, стоит отметить, что как и стандартная односторонняя компания платформа будет стремиться выбрать такие параметры (цены), которые позволят ей максимизировать свою прибыль. Оптимальные цены будут зависеть от эластичностей спроса по цене, силы перекрестных сетевых внешних эффектов и предельных издержек платформы. При этом цена, которая максимизирует прибыль, может оказаться ниже предельных издержек или даже отрицательной (Evans, Schmalensee, 2007).

2. Антимонопольное регулирование многосторонних платформ

Многосторонние рынки обладают рядом отличающих их от традиционных рынков характеристик. Здесь неизбежно возникает вопрос – как в таком случае осуществлять регулирование многосторонних рынков: использовать привычный антимонопольному регулятору инструментарий и подходы, либо необходимо прибегать к новым методам?

Данный вопрос широко обсуждается среди экономистов и в научных кругах, но до сих пор нет единой главенствующей точки зрения о том, как на него отвечать. Так, некоторые экономисты считают, что платформы не поменяли рынки кардинально, и что между многосторонними и традиционными рынками намного больше общих характеристик, чем отличий – соответственно, и подход к их регулированию не должен быть изменен (Haslehrust, Lewis, 2016). Вместо этого в случаях, когда новые игроки-платформы сталкиваются с регуляторными ограничениями, регуляторам стоит задуматься над тем, справедливы ли данные ограничения, либо с течением времени они превратились в защиту для укоренившихся фирм от новых игроков рынка (Haslehrust, Lewis, 2016) (например, крупных отельных сетей от нового игрока в виде Airbnb).

Другая точка зрения заключается в том, что многосторонний характер платформ не позволяет применять к ним традиционные инструменты антимонопольной политики из-за того, что они не учитывают перекрестных сетевых внешних эффектов (Ribeiro, Golovanova, 2020) и определяемых ими особенностей организации деятельности многосторонних рынков (например, особенностей ценообразования).

Далее мы подробнее рассмотрим основные вопросы, возникающие на разных этапах анализа конкуренции.

2.1. Границы функционирования платформ

Когда регулятор сталкивается с предположительно многосторонним рынком, анализ состояния конкуренции должен начинаться с вопроса о том, какой же все-так перед ним рынок: традиционный, один многосторонний рынок либо два связанных рынка? Ответ на данный вопрос является ключевым, так как именно он определяет дальнейший подход регулятора к анализу поведения компаний на рынке, а также определяет то, насколько большими будут санкции по отношению к компании (компаниям) при нарушении антимонопольного законодательства. Ответ на этот вопрос затруднен тем, что, как уже было сказано, на сегодняшний день нет единого определения многосторонних рынков, и это приводит к тому, что антимонопольным органам приходится подходить к каждому делу индивидуально. Такой индивидуальный подход несет в себе множество минусов: он увеличивает издержки проведения исследований и правоприменения антимонопольных органов, а также увеличивает правовую неопределенность для компаний.

Первый подход заключается в том, чтобы рассматривать платформу как участника нескольких односторонних рынков. Так, для каждого из них должна быть проведена обособленная оценка. Однако такой подход противоречит самой сути платформы, которая связывает несколько групп потребителей, а также не позволяет учесть влияние сетевых эффектов на одну сторону без учета всех сторон. Более того, подобный анализ представляется затруднительным, если на одной из сторон рынка установлена нулевая цена (Шаститко, Маркова, 2020).

При этом существуют случаи, при которых платформа может обоснованно рассматриваться как участник одностороннего рынка. Во-первых, если на платформе наблюдается эффект полного переноса цен (эффект, при котором сторона пользователей платформы, с которой взимается более высокая плата, может перенести изменение цены платформой на другую сторону пользователей (Filistrucchi et al., 2012)). В таком случае платформа не способна определить, как будут распределяться цены между группами потребителей, и анализ состояния конкуренции на многостороннем рынке проводится аналогично анализу на одностороннем рынке. Во-вторых, если платформа нетрансакционная⁸ – такие платформы стоит рассматривать как функционирующие на нескольких связанных односторонних рынках.

Альтернативный метод заключается в том, чтобы рассматривать платформу как участника одного многостороннего рынка. Такой подход возможно применять в случае, если на платформе отсутствует эффект полного переноса цен; а также в случае, если платформа имеет нетрансакционный характер, но предоставляет услугу подбора контрагента своим пользователям (все пользователи заинтересованы в поиске информации о возможной трансакции).

⁸ Нетрансакционный характер платформы подразумевает, что между группами пользователей данной платформы либо отсутствуют трансакции, либо они не наблюдаемы, вследствие чего платформа не может взимать плату за совершение сделки (установление двухступенчатого тарифа пользования платформой невозможно) – взимается только фиксированная плата за присоединение к платформе (Filistrucchi et al., 2012).

Выбор подхода к анализу платформ усложняется в случае, если она имеет транзакционный характер (т.е. платформа функционирует для осуществления транзакций между своими пользователями; может взимать с них плату не только за присоединение, но и за использование платформы). Мнения экономистов относительно подходов к анализу такого типа платформ различаются: одни говорят о том, что при учете косвенных сетевых внешних эффектов вне зависимости от того, будет ли рынок рассматриваться как множество односторонних связанных рынков, либо, как один многосторонний, его продуктовые границы будут определены эквивалентно (Wismer et al., 2016). Другие (Filistrucchi et al., 2014) экономисты считают, что приравнивание данных подходов невозможно в связи с тем, что при рассмотрении платформ как функционирующих на односторонних связанных рынках опускаются важные аспекты функционирования платформ: например, не нейтральность ценообразования и возможность его изменения платформой.

Однако авторы отчета «Определение границ рынка и рыночной власти в платформенной экономике» отвергают подход рассмотрения многостороннего рынка как единого целого, отмечая, что он сопряжен с высокой вероятностью ошибки (Franck, Peitz, 2019). Поэтому они рекомендуют всем регуляторам основывать анализ на подходе «многорыночного анализа» (*multimarkets approach*), т.е. отдельно учитывать все взаимодействующие стороны платформы и генерируемые ими сетевые внешние эффекты, а также взаимозависимость сторон (так как определение продуктовых границ рынка на одной стороне платформы зависит от характеристик другой стороны платформы).

Что касается инструментов анализа, которые следует применять при определении границ выделенного рынка, то и по этому вопросу консенсус еще не достигнут. Как подчеркивают многие эксперты (Wright, 2004; Carlton, 2007), стандартные инструменты антимонопольного анализа (тест гипотетического монополиста / SSNIP тест), которые были разработаны на основе односторонних рынков для оценки их границ, не всегда могут быть напрямую применимы для анализа конкуренции на многосторонних рынках. Впервые подобная несостоятельность была отмечена в работе (Evans, 2003). В статье утверждается, что при анализе конкуренции платформ необходимо учитывать все стороны рынка, их взаимодействие и создающиеся при этом сетевые внешние эффекты, даже если они не являются значимыми на первый взгляд, что затруднительно сделать с помощью разработанных традиционных методов.

В качестве ответа на указанные выше замечания, в некоторых работах предлагалось модифицировать традиционные методы анализа таким образом, чтобы они учитывали специфику платформ (Evans, Noel, 2008; Ribeiro, Golovanova, 2020). Другие же рассматривали возможности внедрения новых методов анализа рынка. Например, можно проводить анализ определения границ в два этапа (Zingales, 2013) или дополнять его корреляционным анализом степени продуктовой дифференциации (для выявления субститутов на многосторонних рынках) (Dewenter, Heimeshoff, Löw, 2017).

Вопрос определения границ рынка на практике настолько важен, что зачастую именно от того, как к нему подойдет антимонопольный регулятор, будет зависеть исход дела для компании. Так, в широко известном деле *Ohio v American Express Co.* Компания American Express включала в заключаемые ею контракты оговорки о том, что лица, принимающие карты к оплате, не могли отговаривать своих клиентов от использования карт American Express. Лица,

принимавшие карты к оплате, часто отговаривали своих клиентов расплачиваться картами American Express, так как данная компания устанавливала высокие комиссии по отношению к принимающим платежи банковскими картами. Данные комиссии использовались American Express для создания более благоприятных условий использования ее карт для их держателей.

Интересным в данном деле является то, что изначально суд рассматривал American Express как платформу, объединяющую два отдельных рынка, вследствие чего признал компанию виновной в нарушении § 1 Акта Шермана и повышении цен для лиц, принимающих карты. Однако компания обжаловала данное решение и победила в суде, так как во второй раз суд рассматривал ее как платформу с единым рынком и пришел к заключению, что применяемые компанией оговорки не нарушали § 1 Акта Шермана⁹.

Кроме неопределенности в том, каким образом стоит определять продуктовые границы рынка, также возникают вопросы и с географическими границами. По мере распространения технологий границы между регионами и странами стираются, а платформы могут предоставлять абсолютно одинаковые услуги пользователям, которые находятся на двух противоположных концах Земли. Несмотря на то, что для проведения анализа конкуренции необходимо определить как продуктовые, так и географические границы рынка, последний из двух вопросов получил намного меньшее освещение в научных кругах. С одной стороны, цифровая природа таких рынков позволяет расширять границы присутствия платформ; с другой стороны – экспансия платформ может быть сдержана ограничениями доступа к ее услугам, локальным характером предоставляемых услуг и т.д. Не вдаваясь в подробности, скажем, что на наш взгляд географические границы рынка при анализе практик многосторонних платформ должны рассматриваться с учетом специфики каждого отдельного дела.

Таким образом, не существует универсального подхода к определению границ многостороннего рынка, что может затруднять анализ состояния конкуренции для регулятора и приводить к ошибкам I и II рода правоприменения, т.е. к ошибочному обвинению невиновных и не обвинению виновных компаний соответственно (Шаститко, Маркова, 2020).

2.2. Рыночная власть платформ на многосторонних рынках

Как и анализ границ многостороннего рынка, анализ рыночной власти на таком рынке затруднен. Однако антимонопольным органам в большинстве случаев невозможно отказаться от его проведения, так как им необходимо определить, смогли ли хозяйствующие субъекты в результате своих практик установить или поддержать рыночную власть, а также применить антиконкурентные практики.

Основная проблема заключается в том, что показатели, которые применяются для определения величины рыночной власти, основаны на анализе цен, а как уже было отмечено ранее, логика ценообразования на традиционных и многосторонних рынках отличаются друг от друга. На многосторонних рынках искажаются результаты применения показателя эластичности спроса по цене; цены, установленные ниже предельных издержек, могут приносить даже большую прибыль, чем цены, равные предельным издержкам, а повышение цены для одной

⁹ Supreme Court Of The United States. Ohio Et Al. V. American Express Co. Et Al. [Электронный ресурс]. URL: https://www.supremecourt.gov/opinions/17pdf/16-1454_5h26.pdf (дата обращения: 27.08.2020).

группы потребителей может вовсе не приносить дополнительной прибыли (Evans, Schmalensee, 2007). Также затруднен и анализ издержек платформ: это обусловлено самой их природой, в частности, присутствием сетевых эффектов, приводящих к несепарабельности издержек, которые ложатся на каждую из групп пользователей платформы. Если же регулятор проигнорирует особенности многосторонних рынков, это может привести к возникновению ошибок I и II рода: рыночная власть платформ может быть либо переоценена, что повлечет за собой неоправданное обвинение; либо недооценена, что не позволит наказать виновного в антиконкурентных практиках.

При этом некоторые экономисты считают, что совсем отказываться от традиционного подхода анализа рыночных долей хозяйствующих субъектов не стоит: их можно применять на начальном этапе анализа, а далее усложнять его проведение (Evans, Schmalensee, 2015).

Усложнение может проявляться, например, в том, что антимонопольный орган будет рассматривать не только доли компании на многостороннем рынке, но и отношение цен, которые она устанавливает для всех групп потребителей, к предельным издержкам – таким образом будет рассчитываться версия индекса Лернера для многостороннего рынка (Evans, 2015). Кроме того, авторы считают, что рыночную долю транзакционных платформ можно оценивать с помощью учета количества и стоимости транзакций. Такой подход позволяет более точно оценить рыночную долю платформы, предоставляющей услуги одной из сторон пользователей по субсидированной цене.

В целом экономисты разработали множество модификаций традиционных инструментов, применяемых для оценки рыночной власти (Tremblay, 2017; Evans, Noel, 2008; Filistrucchi, 2008). Но в нашей работе эти новые инструменты не будут подробно описаны и большее внимание будет уделено концептуальным вопросам подхода к регулированию многосторонних рынков. На наш взгляд, целесообразно изначально использовать традиционные инструменты, а затем дополнить анализ положения платформ на рынке с помощью расчета модифицированных показателей – таким образом, анализ рыночной власти на многосторонних рынках должен иметь более подробный, сложный характер и опираться на ситуативную логику.

2.3. Барьеры входа, которые создаются на многосторонних рынках

Барьеры входа являются одной из наиболее важных тем при рассмотрении отличий многосторонних и традиционных рынков. Интерес представляет не только то, что на многосторонних рынках появляются или становятся более значимыми барьеры входа отличные от тех, которые присутствуют на традиционных рынках, но также и то, что результаты выстраивания стратегических барьеров платформами могут отличаться от тех, к которым привыкли регуляторы. В данном разделе авторы проекта выделили несколько барьеров входа, которые, на их взгляд, на сегодняшний день наиболее часто обсуждаются в контексте рассмотрения дел о платформах.

Во-первых, необходимо отметить, что на многосторонних рынках сами сетевые эффекты могут выступать в качестве барьеров входа (Shapiro, Varian, 1999). (Shapiro, Varian, 1999) отмечают, что именно значительное число пользователей на какой-либо стороне рынка

может выступать как самое большое преимущество платформы перед конкурентами, так как тогда пользователям будет сложнее переключиться на другие платформы¹⁰.

Кроме того, в рамках рассмотрения сетевых эффектов как барьеров входа выделяют создаваемые ими предпосылки для образования узких мест по типу «бутылочного горлышка» (*competitive bottlenecks*). Это распространенная ситуация для многосторонних рынков, при которой потребители с одной стороны вовлечены в единичное взаимодействие с платформой, а с другой – во множественное. В таком случае, как уже отмечалось, платформа будет конкурировать с другими платформами за первую группу пользователей (Armstrong, 2006), поскольку это позволит привлечь и другую сторону (которой доступна множественная адресация). При этом, так как все пользователи первой группы будут относиться к одной единственной платформе, у второй группы пользователей не будет возможности выбора фирмы для взаимодействия. Вследствие этого платформа сможет устанавливать более высокие цены на стороне второй группы – тем самым издержки субсидирования другой стороны платформы будут перекладываться на вторую группу пользователей.

Во-вторых, отличительной чертой многостороннего рынка стало возросшее значение информации (данных) как барьера входа¹¹. К рассмотрению данных как барьера входа можно подходить со стороны оценки сетевых внешних эффектов, а можно рассматривать их через призму ключевых мощностей¹². В рамках первого подхода данные, собираемые платформами о пользователях, используются ими для монетизации (интернализации) положительных внешних эффектов через привлечение большего числа рекламодателей, разработчиков и т.д. В рамках рассмотрения данных как ключевых мощностей одни экономисты считают, что такой подход имеет место быть (Evans, 2008), в то время как другие считают, что в случае работы с большими массивами данных не выполняются некоторые главные принципы доктрины ключевых мощностей (например, существования возможности предоставления доступа к таким мощностям), а это значит, что рассмотрение информации в таком ключе и представление доказательств их ключевой роли будет затруднительным для регуляторов.

Другим барьером для входа может становиться практика «связывания» (*tying*), при которой потребителя обязывают использовать или приобретать сопутствующую услугу или продукт. На традиционных рынках она рассматривается как инструмент ценовой дискриминации, который позволяет присваивать потребительский излишек. Более того, связывание может привести к ограничению входа конкурентов на рынок. Аналогичный подход применялся и при рассмотрении ранних дел об антиконкурентном поведении на многосторонних рынках (ЕС, 2004b). Например, при анализе дела Microsoft в 2004 году Европейская Комиссия постановила, что связывающая практика компании, требующая от пользователей операционной системы Microsoft принимать ее программное обеспечение Windows Media Player, является

¹⁰ Например, FTC. Dissenting Statement of Commissioner Pamela Jones Harbour in Google/DoubleClick [File No 071-0170] [Электронный ресурс]. URL: https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/public_statements/statement-matter-google/doubleclick/071220harbour_0.pdf (дата обращения: 27.08.2020).

¹¹ Например, EC. Commission Decision of 24 March 2004 relating to a proceeding under Article 82 of the EC Treaty (Case COMP/C-3/37.792 Microsoft) [Электронный ресурс]. URL: https://ec.europa.eu/competition/anti-trust/cases/dec_docs/37792/37792_4177_1.pdf (дата обращения: 27.08.2020).

¹² Ключевые мощности, «использование которых является необходимым условием производства в данной отрасли и дублирование которых невозможно или нецелесообразно по техническим или экономическим причинам» (Голованова, 2013; с. 112).

антиконкурентной и вредит конкурентам цифровых медиа, таким как RealNetworks. В итоге на компанию были наложены поведенческие предписания, а также штраф в размере 497 млн евро за злоупотребление доминирующим положением (ЕС, 2004a).

Однако с развитием концепции многосторонних рынков стало появляться все больше литературы, в которой утверждается, что на таких рынках связывание может привести к увеличению благосостояния (Choi, 2006; Farhi, Hagiu, 2008). В более поздних работах (Choi, 2010) показал, что предыдущее утверждение верно, только если пользователям доступна множественная адресация. В противном случае связывание будет снижать благосостояние потребителей.

2.4. Многосторонние рынки в рамках «жесткого ядра антитраста»

Далее в нашем проекте будут рассмотрены различия в подходах к регулированию традиционных и многосторонних рынков в рамках «жесткого ядра антитраста»¹³.

Сговоры на многосторонних рынках могут заключаться как в явной, так и в имплицитной форме. Причем, с учетом все возрастающего уровня цифровизации, распространением использования ценовых алгоритмов, прозрачности действий на ряде платформ и открытости информации на них заключение имплицитного сговора между цифровыми игроками рынков становится проще, а его обнаружение – сложнее. В данном разделе будут проанализированы явные сговоры на многосторонних рынках, однако их результаты аналогичны тем, которые будут существовать и в рамках согласованных действий.

Говоря про сговоры на многосторонних рынках, стоит отметить, что они отличаются от сговоров на традиционных рынках своей вариативностью: сговор может быть как всеохватывающим, так и полусговором, т.е. заключаться только на одной стороне рынка, в то время как на другой будет поддерживаться конкуренция.

Интересным является то, что результаты сговоров на традиционных и многосторонних рынках могут кардинально отличаться. Так, на традиционных рынках сговор компаний практически всегда приводит к потерям, вызванным неэффективностью монополии, а также снижению общественного благосостояния. Но на многосторонних рынках результаты сговора могут иметь противоположные результаты (Dewenter et al., 2001; Lefouili, Pinho, 2018). Так, (Dewenter et al., 2011) в своей статье “Semi-collusion in media markets” доказывают данное утверждение на примере рынка газет, который соединяет две группы пользователей – читателей и рекламодателей. Экономисты показывают, что в результате полусговора между газетами на стороне рекламодателей, увеличивается как благосостояние самой платформы, так и читателей. Благосостояние читателей увеличивается вследствие того, что дополнительная прибыль

¹³ Понятие «жесткого ядра антитраста» охватывает такие направления антимонопольной политики, как: 1) пресечение и предупреждение злоупотребления хозяйствующим субъектом доминирующим положением на рынке; 2) пресечение и предупреждение соглашений и согласованных действий, ограничивающих конкуренцию, включая ограничение возможности заключать соглашения в форме вертикальных ограничивающих контрактов, которые могут приводить к негативным горизонтальным эффектам для конкуренции; 3) контроль сделок экономической концентрации (присоединение, слияние, установление или перераспределение прав контроля иным способом). Данные направления представляют собой те сферы компетенций антимонопольных органов, которые наиболее устойчиво ассоциируются с содержательным наполнением антимонопольной политики в мире (Шатитко, 2017).

от повышения цены на стороне рекламодателей направляется на субсидирование стороны, производящей большой положительный перекрестный сетевой внешний эффект. В результате, для читателей снижается цена одного выпуска газеты. Авторы говорят о том, что возможен даже рост благосостояния рекламодателей, если положительные эффекты от увеличения числа читателей газет оказываются больше, чем отрицательные эффекты от снижения количества размещаемой рекламы и увеличения платы за ее размещение в газете¹⁴.

Однако на сегодняшний день количество дел о доминировании многосторонних платформ превышает количество дел о сговорах между ними. Чаще всего сговоры между платформами затрагивали достаточно традиционные сферы, такие как рынок газет (дела в Германии, Латинской Америке). Небольшое число сговоров может объясняться тем, что их поддержание на многостороннем рынке оказывается труднее, чем на традиционном. Причиной этого являются более высокие издержки координации действий участников сговора, а также мониторинга исполнения договоренностей (Evans & Schmalensee, 2008). Кроме того, присутствующие на многосторонних рынках внешние сетевые эффекты имеют неоднозначное влияние на устойчивость сговора: с одной стороны, они позволяют его участникам получить большую прибыль от ограничения конкуренции, но с другой – увеличивается и прибыль, получаемая участниками сговора при отклонении от его условий (Ruhmer, 2010). Также, поддерживать односторонний сговор оказывается сложнее в случае, если внешние перекрестные сетевые эффекты для одной группы пользователей на многостороннем рынке выше, чем для другой группы на том же рынке (Ruhmer, 2010)¹⁵.

Как и в случае с явными и неявными сговорами, результаты сделок экономической концентрации на многосторонних рынках могут отличаться от тех, что наблюдаются при сделках слияний и поглощений на традиционных рынках. Они могут привести к повышению общественного благосостояния потребителей за счет снижения цены на товары/услуги компании на одной стороне рынка, которая затем сгенерирует (достаточно сильный) положительный внешний сетевой эффект для другой стороны рынка (Leonello 2010; Correia-da-Silva et al., 2018). Однако Rosati (2008) считает, что на многих рынках многосторонний характер не является их ключевой характеристикой, вследствие чего различия между многосторонними и традиционными рынками невелики, а значит и последствия слияний, происходящих в их рамках, а также инструменты, которые используются для оценки таких слияний, также не будут сильно различаться. Он также отмечает, что в связи с присутствием на многосторонних рынках сетевых внешних эффектов, платформы имеют больше возможностей для перенесения своей рыночной власти (*leveraging*) как с одной стороны рынка на другую¹⁶, так и с одного рынка на другой.

¹⁴ Кроме того, (Dewenter et al., 2001) доказывают, что при определенных условиях даже при сговоре на обеих сторонах многостороннего рынка возможно повышение общественного благосостояния по сравнению с ситуацией совершенной конкуренции.

¹⁵ В статье (Ruhmer, 2010) рассматривает адаптированную модель (Armstrong, Wright, 2006) применительно к рынку газет. При анализе неравных по величине экстерналий она предполагает, что рекламодателей интересует количество читателей больше, чем читателей интересует количество рекламы в газетах ($a_1 = a + \Delta$ и $a_2 = a - \Delta$ при $a, \Delta > 0$, где a – положительный перекрестный сетевой эффект).

¹⁶ Перенос рыночной власти с одной стороны рынка на другую происходит за счет того, что функционирующая изначально на одностороннем рынке платформа стремится укрепить свою рыночную власть, для чего находит

Стоит отметить, что на сегодняшний день литературы, которая посвящена слияниям на многосторонних рынках, немного, однако на практике антимонопольные органы и экспертные группы значительную часть своего внимания посвящают именно данной сфере регулирования. Чем это вызвано? Неужели здесь присутствует расхождение между теорией и практикой регулирования многосторонних рынков? На самом деле, расхождения нет – дело в том, что, как и в теории, на практике большее внимание уделяется проблеме доминирующего положения платформ. Анализ антимонопольных дел, а также стратегий стран по дальнейшему развитию антимонопольного законодательства в эпоху цифровизации показал, что регуляторы проводят анализ односторонних эффектов слияний на таких рынках и практически полностью игнорируют координационные эффекты (Furman, 2019; Schweitzer et al., 2018; Crémer et al, 2019). Только некоторые из регуляторов говорят о возможности сговора на платформах, однако в данном контексте сговоры обсуждаются применительно к технологиям алгоритмического ценообразования (Furman, 2019). Таким образом, наиболее обсуждаемой сферой регулирования на многосторонних рынках среди регуляторов является пресечение злоупотребления платформами своим доминирующим положением.

На данный момент доминирование на многосторонних рынках привлекает наибольшее внимание как теоретиков, так и практиков. Авторы данной работы считают, что это связано с тем, что угроза злоупотребления доминирующей платформой своим положением реализуется уже сейчас, и примером этому могут служить многочисленные разбирательства против таких компаний-гигантов как GAFAM¹⁷. Основная проблема данных платформ заключается в том, что они уже занимают доминирующее положение на рынке, вследствие чего им легче воспользоваться своим положением для того, чтобы ограничить вход на рынок, а также реализовать другие антиконкурентные практики. С другой стороны, нельзя преуменьшать вклад данных компаний в развитие инноваций, а также их возможностей интернализировать негативные сетевые внешние эффекты, тем самым повышая благосостояние потребителей. При рассмотрении дел таких платформ антимонопольный орган сталкивается с проблемой применения адекватного регулирования для недопущения монополизации рынка и нанесения ущерба потребителям, но при этом для сохранения стимулов к инвестициям и внедрению инноваций со стороны компаний.

Также, в рамках быстро изменяющейся ситуации на многосторонних цифровых рынках возникает проблема не только адекватного, но и своевременного реагирования на угрозу злоупотребления доминирующим положением со стороны компаний. То, каким образом антимонопольные регуляторы разных стран подходят к решению данных вопросов, рассмотрено далее.

3. Сравнение подходов антимонопольных регуляторов США, ЕС, Германии, Великобритании и России

По мере распространения многосторонних рынков регуляторы разных стран столкнулись с множеством новых вопросов. В данной работе проанализировано то, каким образом

вторую сторону для уже существующей группы потребителей, генерирующую положительные перекрестные внешние сетевые эффекты (т.е. меняет рынок с одностороннего на двусторонний) (Hagiu, 2007).

¹⁷ Google, Apple, Facebook, Amazon и Microsoft.

антимонопольные ведомства ЕС, Германии, Великобритании, Австралии, Канады, США и России отвечают на, по мнению авторов, самые важные вопросы:

1. Необходимо ли изменять либо дополнять существующее на сегодняшний день антимонопольное законодательство для регулирования конкуренции на многосторонних рынках?

2. Как различается регулирование вопросов, связанных с доминирующим положением на многосторонних (цифровых) рынках, от регулирования аналогичных вопросов на односторонних рынках?

Данные страны (за исключением РФ) имеют наиболее проработанные нормы в отношении регулирования многосторонних платформ, поэтому авторы работы решили сконцентрироваться именно на них. Анализ практик российского регулятора представлен отдельно от всех стран.

3.1. Необходимость изменения антимонопольного законодательства

Практически все рассматриваемые авторами страны (кроме Канады) признают необходимость модификации существующего антимонопольного законодательства, однако они говорят не о его изменении, а о его дополнении. Наиболее решительный подход наблюдается в Германии – в стране еще в 2017 году в рамках 9-го пакета поправок в антимонопольное законодательство были расширены полномочия антимонопольных органов при проведении анализа конкуренции на рынках, где присутствуют платформы. Например, теперь антимонопольный орган может лучше учитывать перекрестные сетевые внешние эффекты и эффекты экономики на масштабе, доступ платформ к данным о пользователях и конкурентах на рынке. Кроме того, в пакете поправок разъясняется, что рынок может существовать и в случае нулевого ценообразования.

Европейская Комиссия поддерживает инициативы государств-членов ЕС в дополнении их антимонопольного законодательства (по аналогии с вышеописанным в Германии), однако со своей стороны не проводит его модификацию. Авторы считают: это обусловлено тем, что наднациональный регулятор понимает, что в рамках ЕС не все ведомства готовы к резкому переходу к регулированию многосторонних рынков, а также с тем, что на данном этапе опыт такого регулирования только накапливается и оправданность его использования (с точки зрения соотношения затрат антимонопольного органа и повышения благосостояния потребителей) все еще находится под вопросом. Более того, изменение существующего законодательства ЕС в области защиты конкуренции (ст. 101 и ст. 102 TFEU) будет неизбежно связано с высокими издержками (TFEU, 2012).

На данный момент в антимонопольное законодательство Великобритании также не были внесены официальные дополнения в отношении регулирования многосторонних рынков. При этом ведомство по защите конкуренции (Competition Market Authority, далее – CMA) выпустило документ *The CMA's Digital Markets Strategy*, который определил подход регулятора к вопросам, касающимся цифровых платформ.

Представители Австралии оказались более решительными в вопросе изменения антимонопольного законодательства: в финальном отчете по исследованию цифровых платформ (*Digital platforms inquiry - final report*) говорится о внесении изменений в п. 3 ст. 50 антимонопольного законодательства, освещающую вопросы регулирования слияний между компаниями. Теперь ведомству (*Australian Competition and Consumer Commission*) будет необходимо оценивать вероятность того, что слияние между платформами приведет к устранению потенциальных конкурентов; а также проводить оценку активов (включая данные и технологии), приобретаемых платформой, и оценивать влияние их приобретения на конкуренцию (ACCC, 2019).

Наибольшая правовая неопределенность в позиции антимонопольного ведомства наблюдается в США: там не было внесено никаких дополнений в существующее законодательство, а также не было опубликовано официальное мнение регулятора в виде отчетов или руководств, которые бы содержали четкие рекомендации о том, как представителям ведомств стоит подходить к регулированию на многосторонних рынках. О том, какой позиции придерживаются Министерство Юстиции и Федеральная Торговая Комиссия США, можно судить на основании уже рассмотренных дел¹⁸.

Единственной страной, регулятор которой не считает необходимым изменять существующее на данный момент антимонопольное законодательство, является Канада. В 2018 году антимонопольное ведомство (*Competition Bureau Canada*) выпустило документ *Big data and innovation: key themes for competition policy in Canada*, в котором говорилось, что как сам регулятор, так и опрошенные им стейкхолдеры¹⁹ признавали антимонопольное законодательство Канады достаточным для анализа антиконкурентных практик фирм, обладающих большими данными. Вследствие этого регулятор обозначил, что будет придерживаться традиционного подхода к проведению антимонопольных расследований, хотя не ограничил возможность адаптации существующих методов и инструментов для оценки цифровых компаний. В 2020 году антимонопольный орган выпустил стратегию на 2020-2024 годы (*Competition in the digital age: The Competition Bureau's Strategic Vision for 2020-2024*), в которой также не обозначил планов по изменению или дополнению антимонопольного законодательства.

3.2. Изменение подходов к регулированию

Несмотря на то, что не все страны дополнили свое антимонопольное законодательство поправками, касающимися регулирования на многосторонних рынках, большинство из них начали предлагать модифицированные (по сравнению с традиционными) подходы в этой области и даже применять некоторые из них на практике.

В таких юрисдикциях как ЕС, Германия и Великобритания антимонопольные регуляторы видят платформы (базирующиеся преимущественно в США и Китае) как новую угрозу национальным компаниям, а также как потенциальных правонарушителей, имеющих предпосылки для злоупотребления своим доминирующим положением. Поэтому они

¹⁸ Их подход будет описан подробнее далее в данной главе.

¹⁹ В число стейкхолдеров входили Американская, Канадская и международная ассоциации юристов.

придерживаются мнения о необходимости изменений подходов регулирования антиконкурентных практик на многосторонних рынках в более “жесткую сторону” по сравнению с традиционными.

Так, например, в Германии предлагалось отказаться от первоначального определения границ рынка и разрешить антимонопольному органу сразу проводить оценку злоупотребления компанией рыночной властью²⁰ (Schweitzer et al., 2018). В то же время экспертная команда ЕС также указывает на возникающие трудности при определении границ многосторонних рынков, но не считает возможным полностью отказаться от этого подхода (Crémer et al., 2019). В целом они соглашались, что необходимо уделять больше внимания выявлению стратегий, ограничивающих конкуренцию и позволяющих крупным платформам злоупотреблять своим доминирующим положением на рынке.

Законодательство Германии уже сейчас запрещает не только злоупотребление доминирующим положением на многостороннем рынке, но и злоупотребление относительным доминирующим положением²¹. Более того, на данный момент идет обсуждение 10-го пакета поправок, в рамках которого предлагается расширить анализ при помощи введения концепции посреднической силы (в дополнение к понятиям рыночной власти продавца и покупателей) и запрета компаниям, имеющим значительное влияние на рынке, ограничивать адресацию потребителей (запретить навязывание потребителям «*single-homing*»).

Авторы, разработавшие отчет для ЕС «Competition policy for the digital era» (Crémer et al., 2019), считают, что основная угроза конкуренции в рамках многосторонних рынков заключается в образовании барьеров входа на рынок, где доминируют несколько крупных компаний-платформ. Поскольку возможность конкурировать с лидирующей платформой зависит от привлечения критической массы пользователей и интернализации положительного перекрестного сетевого внешнего эффекта, то действия доминирующей платформы, препятствующие этому, должны рассматриваться регулятором как злоупотребление положением. В частности, среди таких действий они выделяют ограничение возможностей множественной адресации (*multihoming*) и переключения на другие платформы (аналогично законодательству Германии). Также в отчете ЕС отдельно рассматриваются возможности платформы как создателя и регулятора среды влиять на конкуренцию на рынке. Например, у доминирующей платформы могут возникнуть стимулы продавать своим пользователям предпочтения (например: места в рейтингах и т. п.) или создавать предпочтения только для собственной конкурирующей продукции или услуг (например, на Amazon продается как собственная продукция компании, так и товары конкурентов). Поэтому подобные вопросы нуждаются в дополнительных проверках со стороны регулятора. Стоит отметить, что дело, подпадающее под эту категорию, уже

²⁰ Несмотря на то, что в ст. 102 Лиссабонского договора не говорится о том, что такой гибкий подход не разрешено использовать, антимонопольные органы европейских стран не применяют его.

²¹ В качестве относительного доминирующего положения на одностороннем рынке рассматривается такое положение хозяйствующего лица, при котором его поставщики и/или клиенты в лице малых и средних предприятий (МСП) не имеют экономически целесообразной возможности переключения (Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz, 2018). На многосторонних рынках признается относительно доминирующей компания, функционирующая в качестве посредника, если другие компании, стремящиеся войти на данный рынок, не имеют экономически целесообразной возможности обратиться к другому посреднику (Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz, 2020).

рассматривалось ЕК (дело Google Inc., будет подробнее описано ниже) и подобные действия были расценены как нарушение антимонопольного законодательства.

Отношение Великобритании к пресечению злоупотреблением доминирующим положением на многосторонних рынках отражено в докладе *Unlocking digital competition* (получил название «отчет Фурмана») (Furman, 2019). В нем команда экспертов говорит о немногочисленности таких дел, однако отмечает, что необходимо провести ретроспективный анализ тех дел (касающихся цифровых рынков), по которым не было вынесено решение. По их мнению, такая практика могла бы позволить применить конкурентную политику более эффективно в будущем. В *Digital Markets Strategy* говорится о том, что СМА принимает взгляд Фурмана и его экспертной команды. Однако, на данный момент регулятором не были предложены конкретные меры по изменению подхода к регулированию многосторонних рынков.

В Австралии же предупреждение злоупотребления платформами доминирующим положением будет происходить преимущественно через контроль их слияний: антимонопольный регулятор будет рассматривать, как слияние платформ скажется на компаниях-потенциальных конкурентах платформ, а также обяжет крупные платформы заранее оповещать регулятора о предстоящем слиянии (АССС, 2019)²².

Антимонопольное бюро Канады будет использовать современные технологии (например, инструменты, работающие на основе искусственного интеллекта) для выявления правонарушений, а также активно привлекать специалистов из области информационных технологий для рассмотрения дел, связанных с большими данными (Competition Bureau Canada, 2020). При этом, как и в Великобритании, регулятор Канады не обозначил конкретных изменений в используемых им инструментах.

В отличие от вышеописанных стран, США не стремятся разработать и установить четко определенные меры по регулированию платформ – в большинстве документов Федеральной Торговой Комиссии и Министерства Юстиции говорится о том, что необходимо индивидуально подходить к анализу каждого дела, связанного с платформами. Мы считаем, что это достаточно интересный факт, так как по праву можно считать США одним из лидеров в области теоретической проработки данной предметной области: существует обширный пласт работ, посвященный регулированию на многосторонних рынках, описывающих то, каким образом возможно изменить подходы регулятора для того, чтобы отвечать вызовам цифровизации экономики (однако одной главенствующей точки зрения среди них нет).

Следует отметить, что подход антимонопольного регулятора в США можно охарактеризовать как более мягкий, чем тот, который на данный момент сложился в ЕС, Германии и Великобритании. Так, различия в подходах регуляторов проявились в деле о манипулировании компанией Google Inc. процесса поиска запросов. Жалобы других компаний были поданы в связи с тем, что они считали, что Google предоставляет преференции своим сервисам (*Google Maps, Google Local, and Google Trips*) при выдаче результатов на запросы в поисковой строке (*Universal Google Search*) и таким образом сдвигает вниз результаты поиска, ведущие на страницы конкурентов компании.

²² На данный момент компании не обязаны предоставлять АССС оповещения о готовящемся слиянии.

В результате проведенного расследования FTC пришла к выводу, что данные практики не ограничивали конкуренцию и не создавали преференциального режима для сервисов компании, а напротив – способствовали более быстрому поиску ответов, что рассматривалось как улучшение качества предоставляемых компанией услуг²³. В свою очередь Европейской Комиссией данные действия Google были расценены как нарушение антимонопольного законодательства (злоупотребление доминирующим положением), вследствие чего на компанию был наложен штраф в размере 2,42 млрд евро, а также выданы поведенческие предписания²⁴.

Подход антимонопольных органов США к сделкам слияний и поглощения между многосторонними платформами также нельзя назвать строгим. Например, в июле 2019 года Министерство Юстиции США одобрило покупку телекоммуникационной компании Sprint американской компанией T-Mobile (с выдачей компаниям предписаний об отчуждении активов), тем самым создав прецедент для дальнейшего одобрения слияний между многосторонними платформами²⁵.

Чем объясняется такой мягкий подход к регулированию платформ в США? С одной стороны, ответ на данный вопрос можно найти в речи, которую произнес заместитель генерального прокурора по антимонопольным делам Минюста США, Мекан Делраим (*Makan Delrahim*). Он считает, что антимонопольные органы США не стоит обвинять в недорегулировании платформ, и что паника по поводу монополизации платформами рынков преувеличена. Конкуренция существует даже между крупными платформами и новыми небольшими игроками на рынке, так как первые ориентированы на сбор данных о своих пользователях, а вторые предлагают конкурирующие сервисы с более высоким уровнем приватности информации. При этом он отмечает, что как представители регулятора они должны опираться на экономическое обоснование действий компаний и быть открытыми к новым способам их представления²⁶. На данный момент регулятор США не считает, что вопросы, связанные с деятельностью платформ и результатами данной деятельности, достаточно проработаны; а также, что его компетенций достаточно для применения санкции к тем платформам, которые на самом деле могут занимать доминирующее положение благодаря своим конкурентным преимуществам, а не антиконкурентным практикам, – поэтому он использует подход, который можно охарактеризовать как «не навредить».

С другой стороны, мы считаем, что немаловажную роль здесь играет поддержка «национальных чемпионов», которые распространяют свои антиконкурентные практики за пределы

²³ Statement of the Federal Trade Commission. Regarding Google's Search Practices In the Matter of Google Inc. [Электронный ресурс] // Federal Trade Commission, 2013. URL: https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/public_statements/statement-commission-regarding-googles-search-practices/130103brillgooglesearchstmt.pdf (дата обращения: 05.06.2020).

²⁴ European Commission. Antitrust: Commission fines Google €2.42 billion for abusing dominance as search engine by giving illegal advantage to own comparison shopping service [Электронный ресурс] // An official website of the European Union, 2017. URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_17_1784 (дата обращения: 07.06.2020).

²⁵ Assistant Attorney General Makan Delrahim Delivers Keynote Address at the University of Chicago's Antitrust and Competition Conference [Электронный ресурс] // U.S. Department of Justice, 2018. URL: <https://www.justice.gov/opa/speech/assistant-attorney-general-makan-delrahim-delivers-keynote-address-university-chicagos> (дата доступа: 07.06.2020).

²⁶ Там же.

территории США. Это согласуется с традиционными проблемами организации международного антитраста, которые более подробно рассмотрены в работах (Авдашева, Шаститко, 2012; Guzman, 1998; Шаститко, Павлова, 2019) и др.

Несмотря на то, что существуют различия в подходах к регулированию на многосторонних рынках между двумя вышеописанными группами стран, стоит отметить и то, с чем антимонопольные ведомства всех стран согласны. Так, регуляторы считают, что необходимо учитывать, что многосторонние рынки обладают более динамичным характером (что связано с распространенностью на них компаний технологического сектора) по сравнению с традиционными рынками.

Данная особенность многосторонних рынков учитывается с помощью пересмотра подхода к регулированию сделок экономической концентрации. Наибольшую проработку данный вопрос получил в Германии: в рамках девятого антимонопольного пакета уже были внесены изменения в процесс оценки сделок слияний и поглощений между компаниями. Теперь при оценке слияний на многосторонних рынках Bundeskartellamt должен будет учитывать будущий потенциал развития компаний на данном рынке и экономическую значимость целевой компании. Данные изменения внесены для устранения возможных односторонних эффектов и предотвращения укрепления доминирующего положения фирм, которые захватывают новые и/или небольшие инновационные компании с высоким экономическим потенциалом

Великобритания и ЕС также соглашаются с необходимостью таких мер. Например, в докладе «Competition policy for the digital era» анализируются поглощения доминирующими платформами небольших, но стремительно развивающихся стартапов. Проведя анализ таких сделок, экспертная группа приходит к следующему выводу: хотя на данный момент ЕК не готова вносить изменения в антимонопольное законодательство, в будущем может потребоваться пересмотр пороговых значений (установленных в *EU Merger Regulation*), превышая которые компании должны уведомить ЕК о сделке. Они обосновывают это тем, что многие приобретения происходят в момент, когда стартап еще не генерирует оборот, соответствующий пороговым значениям, однако уже в среднесрочной перспективе поглощение доминирующей платформой развивающегося стартапа с большой базой пользователей в условиях ограниченного входа на рынок может стать инструментом увеличения платформой своей рыночной власти, а также устранения потенциальных конкурентов.

Как и вышеперечисленные страны, США активно поднимает вопрос защиты «зарождающейся» конкуренции (*nascent competition*) (Hemphill, Wu, 2020). В рамках проводимых FTC слушаний на тему защиты конкуренции и потребителей в XXI веке отдельный день был посвящен обсуждению проблемы своевременной реакции ведомства на угрозу устранения конкурентов на рынке. Причем FTC не ограничивается только обсуждениями данной проблемы, она также предпринимает реальные действия по ее решению. Так в 2018 году в Комиссию поступила жалоба, касающаяся приобретения компанией по производству программного обеспечения CDK Global, Inc. компании Auto/Mate. В ходе рассмотрения данного дела Комиссия заключила, что компания Auto/Mate в будущем стала бы еще более сильным конкурентом для CDK Global, поэтому ее приобретение не только могло привести к существенному снижению конкуренции в рассматриваемом периоде, но и к еще большим антиконкурентным эффектам в будущем.

3.3. Регулирование многосторонних рынков в Российской Федерации

В Российской практике вопрос регулирования многосторонних рынков частично затрагивается в рамках пятого антимонопольного пакета, который направлен на освещение вопросов, касающихся регулирования цифровой среды. Стоит отметить, что на сегодняшний день этот проект не утвержден, что ставит Россию в некоторую отстающую позицию по сравнению с другими странами, рассмотренными ранее. На сегодняшний день доступна лишь ограниченная информация об изменениях, которые планируется принять. Так или иначе, в результате, ФЗ №135 «О защите конкуренции» должен быть дополнен такими понятиями как «сетевой эффект» и «цифровая платформа». Из предложенных определений следует, что под законопроектом попадают многосторонние цифровые рынки.

Согласно законопроекту пятого антимонопольного пакета, вводятся новые критерии доминирующего положения на рынке:

- 1) владение инфраструктурой (платформой), которая предназначена для организации и обеспечения взаимодействия других хозяйствующих субъектов и (или) потребителей в случае, если присутствуют сетевые эффекты, и (или) данные, которые дают возможность оказывать влияние на общие условия обращения товара на товарном рынке;
- 2) доля компании на рынке превышает 35%;
- 3) выручка компании от деятельности за последний календарный год превышает 400 млн рублей.
- 4) Также планируется закрепить дополнительные более жесткие требования контроля сделок экономической концентрации по приобретению технологий или иных нематериальных активов:
- 5) новый критерий предварительного согласования сделки – объем сделки превышает 7 млрд рублей;
- 6) максимальная открытость информации о рассмотрении ходатайств;
- 7) новый вид предписания об устранении дискриминационного доступа к данным, в том числе данным о потребителях.

В целом на данный момент среди экономистов и юристов ведутся дискуссии о том, каким образом необходимо определить подход к регулированию многосторонних рынков в России. Как и во многих странах, данный вопрос на сегодняшний день остается не решенным. Несмотря на это, ФАС уже столкнулась с необходимостью регулирования многосторонних рынков при рассмотрении следующих дел: Яндекс – Google (2015)²⁷, Касперский – Microsoft

²⁷ Решение №АД/54066/15 Решение и предписание по делу № 1-14-21/00-11-15 от 5 октября 2015 г. [Электронный ресурс] // ФАС России. URL: <https://br.fas.gov.ru/ca/upravlenie-regulirovaniya-svyazi-i-informatsionnyh-tehnologiy/ad-54066-15/> (дата обращения: 11.11.2020).

(2016)²⁸, Яндекс – Uber (2017)²⁹, Касперский – Apple (2019)³⁰ и Bayer – Monsanto (2018), которое будет подробнее рассмотрено далее.

В 2016 году немецкая компания Bayer и американская компания Monsanto, которая специализировалась на высоких технологиях в области сельского хозяйства, заключили сделку о слиянии. Рассматривая данную сделку, антимонопольный регулятор высказал свои опасения тем, что в России отсутствовали платформенные решения, принадлежащие компаниям. Например, технологию точного земледелия можно рассматривать как платформу, которая соединяет с одной стороны, производителей сельскохозяйственной продукции, с другой стороны – саму компанию и других поставщиков цифровых решений в сфере сельского хозяйства.

Анализ, проведенный ФАС показал, что результатом сделки и объединения цифровых решений Bayer-Monsanto станет приобретение новой компанией значительной рыночной власти на рынке цифровых решений для сельского хозяйства. Кроме того, сделка Bayer-Monsanto могла привести к возникновению и усилению действующих барьеров входа на соответствующие рынки, повышению вероятности злоупотребления компанией своим доминирующим положением, к усилению стимулов антиконкурентных согласованных действий и соглашений³¹.

В результате ФАС выдвинула Bayer-Monsanto требования по созданию недискриминационного доступа для российских компаний к платформенным решениям. Для обеспечения исполнения предписаний в 2018 году на базе НИУ ВШЭ был создан механизм трансфера технологий (Центр технологического трансфера).

Это дело может стать основой для принятия решений о состоянии конкуренции на многосторонних рынках в будущем.

Заключение

Анализ теоретических работ показал, что на сегодняшний день интерес к многосторонним рынкам только растет. Среди экономистов все еще нет единого мнения о том, насколько сильно различаются традиционные и многосторонние рынки; однако проведенный анализ теоретических работ выявил, что все-таки большее число ученых склоняются к точке зрения, что данные типы рынков сильно отличаются друг от друга и, соответственно, требуют различных подходов к их рассмотрению. Теоретические работы играют важную роль при рассмотрении

²⁸ Решение по делу Майкрософт (решение № 1-00-168/00-11-16 о нарушении антимонопольного законодательства) [Электронный ресурс] // ФАС России, 17 августа 2017. URL: <https://fas.gov.ru/documents/557814> (дата обращения: 11.11.2020).

²⁹ Предписание (ЯНДЕКС) [Электронный ресурс] // ФАС России, 24 ноября 2017. URL: <https://fas.gov.ru/documents/594339> (дата обращения: 11.11.2020).

³⁰ Дело №11/01/10-24/2019 Дело о нарушении Apple Inc. ст. 10 Закона о защите конкуренции от 28 июня 2019 г. [Электронный ресурс] // ФАС России. URL: <https://br.fas.gov.ru/cases/ffe2d473-03f6-4c98-81f2-dccc214696aa/> (дата обращения: 11.11.2020).

³¹ Андрей Цыганов: сделка Байер Монсанто – не про морковь, а про технологии в области селекции и платформенные решения [Электронный ресурс] // ФАС России, 16 марта 2018. URL: <https://fas.gov.ru/news/24498> (дата обращения: 10.06.2020).

многосторонних рынков, так как именно на их основании антимонопольные органы в дальнейшем изменяют свои подходы к таким рынкам.

При этом, если в рамках научной проработки проблем многосторонних рынков охватывается обширный круг вопросов, то на практике большинство регуляторов касаются лишь нескольких сфер (и даже они детально не проработаны на сегодняшний день) – таким образом, на данный момент все еще присутствуют открытые вопросы, касающиеся различий и схожих черт многосторонних и традиционных рынков, а также результатов их деятельности и подходов к их регулированию.

Анализ международного опыта показал, что определение подхода к регулированию международных рынков является актуальной проблемой для регуляторов. Рассмотренные в данной работе антимонопольные ведомства (ЕС, ФРГ, Австралии, Канады, Великобритании, США, РФ) признают, что многосторонние рынки и традиционные рынки отличаются по своим характеристикам и требуют различного подхода к регулированию. Антимонопольные органы признают угрозу бездействия по отношению к многосторонним рынкам и готовы отвечать на нее при помощи дополнения существующего законодательства и, что более важно, осуществления реальных действий. Кроме того, большинство антимонопольных органов признают сложность регулирования таких рынков и необходимость применения специальных технических знаний для их анализа, поэтому предлагают инициативу по созданию отдельных подразделений, которые бы осуществляли консультативные функции, а также сбор информации для лучшего понимания принципов функционирования многосторонних рынков в дальнейшем³².

При этом подходы ведомств к регулированию многосторонних рынков различаются в том плане, что некоторые из них видят в данных рынках преимущественно угрозу конкуренции (ЕС, Великобритания, Германия), другие – возможность создания и распространения инноваций (США); соответственно различается и «жесткость» применяемого регулирования. Также ведомства разных государств имеют различную «быстроту реакции»: некоторые из них уже ввели поправки в свои законодательства (Германия) и выпустили документы, отражающие официальное мнение регулятора (ЕС, Германия, Австралия, Великобритания), в других же государствах оно только формируется (США, РФ). Представители антимонопольного ведомства Канады в свою очередь не считают на данный момент возможным или необходимым вносить изменения в законодательство и ориентируются на изменения подходов, но не буквы закона.

Мы считаем, что проблема регулирования многосторонних рынков на сегодняшний день достаточно актуальна во всем мире, поэтому, можно ожидать, что в скором времени все большее число стран начнет говорить о необходимости применения различных подходов к традиционным и многосторонним рынкам, а также начнет преимущественно импортировать нормы, касающиеся вопросов платформ из других стран. При этом все еще остается открытым вопрос, как скоро это будет происходить, какие нормы будут взяты за эталон для

³² Все рассматриваемые в статье антимонопольные органы создают отдельные подразделения для анализа конкуренции на цифровых рынках (Schweitzer et al., 2018; ACCC, 2019; Competition Bureau Canada, 2018; Crémer et al., 2019; Furman, 2019), кроме США, где с 2002 года существует Служба анализа технологий и финансовых услуг (The Technology and Financial Services Section (TFS)).

импортирования, а также насколько успешно с точки зрения соотношения выгод и затрат менее квалифицированные антимонопольные органы смогут их применять.

Список литературы

Авдашева С.Б., Шаститко А.Е. Международный антитраст: потребности, ограничения и уроки для Таможенного союза // Вопросы экономики. 2012. № 9. С. 110–125.

Голованова С. Доктрина ключевых мощностей в российской антимонопольной политике: основания и риски применения // Экономическая политика. 2013. № 3. С. 126–143.

Шаститко А.Е., Маркова О.А. Старый друг лучше новых двух? Подходы к исследованию рынков в условиях цифровой трансформации для применения антимонопольного законодательства // Вопросы экономики. 2020. № 6. С. 37–55.

Шаститко А.Е., Маркова О.А. Эффекты становления и функционирования многосторонних рынков: подходы к исследованию // Общественные науки и современность. 2019. № 3. С. 52–65.

Шаститко А. Е., Паршина Е. Н. Рынки с двусторонними сетевыми эффектами: спецификация предметной области // Современная конкуренция. 2016. Т.10. № 1 (55). С. 35–48.

Шаститко А.Е., Павлова Н.С. Национальный антитраст в глобальном контексте // Современная конкуренция. 2019. Т. 1. № 3. С. 5–15.

Armstrong M. Competition in Two-Sided Markets // RAND Journal of Economics. 2006. Vol. 37. No. 3. P. 668–691.

Armstrong M., Wright J. Two-Sided Markets, Competitive Bottlenecks, and Exclusive Contracts // Journal of Economic Theory. 2006. Vol. 32. No. 2. P. 353–380.

Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz. Act against Restraints of Competition. 2018.

Caillaud B., Jullien B. Chicken and egg: Competition among intermediation service providers // RAND Journal of Economics. 2003. Vol. 34. No. 2. P. 309–328.

Carlton D.W. Market Definition: Use and Abuse // Competition Policy International. 2007. Vol 3. No 1.

Choi J.P. Tying in Two-Sided Markets with Multi-Homing // The Journal of Industrial Economics. 2010. No. 3. P. 607–626.

Choi J.P. Tying in Two-Sided Markets with Multi-Homing // Working Papers 06-04, NET Institute, 2006.

CMA. Merger assessment guidelines: CC2/OFT1254. A joint publication of the Competition Commission and the Office of Fair Trading., 2010.

CMA. The CMA's Digital Markets Strategy, 2019.

Correia da Silva J., Jullien B., Lefouili Y., Pinho J. Horizontal Mergers Between Multi-Sided Platforms: Insights from Cournot Competition // Toulouse School of Economics. 2018. No. 946. P. 1-24.

Dewenter R., Haucap J., Wenzel T. Semi-collusion in media markets // International Review of Law and Economics, Elsevier. 2011. Vol. 31. No. 2. P. 92–98.

Dewenter R., Heimeshoff U., Löw F. Working Papers: Market Definition of Platform Markets // Helmut Schmidt Universität Hamburg, Department of Economics. 2017. No. 176. P. 5.

EC. Council Regulation No 139/2004 of 20 January 2004 on the control of concentrations between undertakings (the EC Merger Regulation). 2004a.

- EU. Consolidated versions of the Treaty on European Union and the Treaty on the Functioning of the European Union [C 326/47]. 2012.
- Evans D.S. The Antitrust Economics of Multi-Sided Platform Markets // *Yale Journal on Regulation*. 2003. No. 20. P. 325–381.
- Evans D.S., Noel M.D. The analysis of mergers that involve multi-sided platform business // *Journal of Competition Law and Economics*. 2008. No. 35. P. 16.
- Evans D.S., Schmalensee R. The industrial organization of markets with two-sided platforms // *Competition Policy International*. 2007. Vol. 3. No.1. P. 151–179.
- Farhi, E., Hagiu, A. Strategic interactions in two-sided market oligopolies // *Harvard Business School, Working Paper No. 08-011*, 2008.
- Federal Ministry for Economic Affairs and Energy. A New Competition Framework for the Digital Economy: Report by the Commission ‘Competition Law 4.0’. 2019.
- Filistrucchi L. A SSNIP Test for Two-Sided Markets: The Case of Media // *NET Institute. Working Paper No. 08-34*, 2008.
- Franck J-U, Peitz M. Market Definition and Market Power in the Platform Economy // *Center on Regulation in Europe*, 2019.
- Furman J. Unlocking digital competition // *Report of the Digital Competition Expert Panel*, 2019.
- Guzman A.T. Is International Antitrust Possible? // *New York University Law Review*. 1998. Vol. 73. P. 1501–1548.
- Hagiu A. Multi-Sided Platforms: From Microfoundations to Design and Expansion Strategies // *Harvard Business School Strategy Unit Working Paper No. 09-115*.
- Hagiu A., Wright J. Multi-Sided Platforms // *Harvard Business School Working Paper*, No. 07-094. 2007.
- Hagiu A., Wright J. Multi-Sided Platforms // *Harvard Business School*. 2015.
- Hemphill C. S., Wu T. Nascent Competitors // *University of Pennsylvania Law Review*, Forthcoming. 2020.
- Leonello A. Horizontal Mergers in Two-Sided Markets // *European University Institute*. 2010.
- Ribeiro E. P., Golovanova S. A unified presentation of competition analysis in two-sided markets // *Journal of Economic Surveys*. 2020.
- Rochet J., Tirole J. Two-Sided Markets // *Journal of the European economic association*. 2003. Vol. 1. No. 4. P. 990–1029.
- Rochet J., Tirole J. Two-Sided markets: a progress report // *The RAND Journal of economics*. 2006. Vol. 37. No. 3. P. 645–667.
- Rosati, F. (2008) Is merger assessment different in two-sided markets? *Lessons from Travelport/Worldspan. Concurrences 2*. Rothenberg, J., 1962.
- Ruhmer, I. Platform Collusion in Two-Sided Markets // *Beiträge zur Jahrestagung des Vereins für Socialpolitik 2010: Ökonomie der Familie Session: TwoSided Markets and Vertical Restraints*, No. E8-V2, Verein für Socialpolitik, Frankfurt a. M., 2010.
- Schweitzer H., Haucap J., Kerber W., Robert W. Modernizing the Law on Abuse Of Market Power In The Digital Age: A Summary Of The Report For The German Ministry For Economic Affairs And Energy, 2018.
- Shapiro C., Varian H. R. *Information Rules: A Strategic Guide to The Network Economy*. Publisher: Harvard Business School Press, 1999.
- Tremblay M. *Market Power and Mergers in Multi-Sided Markets*, 2018.

Wilbur K.C. A Two-Sided, Empirical Model of Television Advertising and Viewing Markets // *Marketing Science*. 2008. Vol. 27. No. 3. P. 356–378.

Wismer S., Bongard C., Rasek A. Multi-sided market economics in competition law enforcement // *Journal of European Competition Law and Practice*. 2016. Vol. 8. No. 4. P. 257–262.

Wright J. One-sided logic in two-sided markets // *Review of Network Economics*. 2004. No. 3. P. 44–64.

Wright J. One-Sided Logic in Two-Sided Markets // Washington, DC: AEI-Brookings Joint Center for Regulatory Studies. 2003.

Андрей Цыганов: сделка Байер-Монсанто – не про морковь, а про технологии в области селекции и платформенные решения [Электронный ресурс] // ФАС России, 16 марта 2018. URL: <https://fas.gov.ru/news/24498> (дата обращения: 10.06.2020).

Дело №11/01/10-24/2019 Дело о нарушении Apple Inc. ст. 10 Закона о защите конкуренции от 28 июня 2019 г. [Электронный ресурс] // ФАС России. URL: <https://br.fas.gov.ru/cases/ffe2d473-03f6-4c98-81f2-dccc214696aa/> (дата обращения: 11.11.2020).

Предписание (ЯНДЕКС) [Электронный ресурс] // ФАС России, 24 ноября 2017. URL: <https://fas.gov.ru/documents/594339> (дата обращения: 11.11.2020).

Решение №АД/54066/15 Решение и предписание по делу № 1-14-21/00-11-15 от 5 октября 2015 г. [Электронный ресурс] // ФАС России. URL: <https://br.fas.gov.ru/ca/upravlenie-regulirovaniya-svyazi-i-informatsionnyh-tehnologiy/ad-54066-15/> (дата обращения: 11.11.2020).

Решение по делу Майкрософт (решение № 1-00-168/00-11-16 о нарушении антимонопольного законодательства) [Электронный ресурс] // ФАС России, 17 августа 2017. URL: <https://fas.gov.ru/documents/557814> (дата обращения: 11.11.2020).

Assistant Attorney General Makan Delrahim Delivers Keynote Address at the University of Chicago's Antitrust and Competition Conference [Электронный ресурс] // U.S. Department of Justice, 2018. URL: <https://www.justice.gov/opa/speech/assistant-attorney-general-makan-delrahim-delivers-keynote-address-university-chicagos> (дата доступа: 07.06.2020).

Big data and innovation: key themes for competition policy in Canada [Электронный ресурс] // Competition Bureau Canada. February 19, 2018 URL: <https://www.competitionbureau.gc.ca/eic/site/cb-bc.nsf/eng/04342.html> (дата обращения: 27.08.2020).

Competition policy for the digital era. A report by Jacques Crémer Yves-Alexandre de Montjoye Heike Schweitzer, 2019 // EU official website [Электронный ресурс]. URL: <http://ec.europa.eu/competition/publications/reports/kd0419345enn.pdf> (дата обращения: 27.08.2020).

David S. Evans (2015). Single-Firm Conduct Hearings Comment: David Evans. The Antitrust Economics of Multi-Sided Platform Markets. // The United States Department of Justice. June 25, 2015. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.justice.gov/atr/single-firm-conduct-hearings-comment-david-evans-2> (дата обращения: 27.08.2020).

Digital platforms inquiry – Final report [Электронный ресурс] // ACCC, 2019. URL: <https://www.accc.gov.au/system/files/Digital%20platforms%20inquiry%20-%20final%20report.pdf> (дата обращения: 27.08.2020).

Entwurf eines Zehnten Gesetzes zur Änderung des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen für ein fokussiertes, proaktives und digitales Wettbewerbsrecht 4.0 (GWB-Digitalisierungsgesetz) [Электронный ресурс] // Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie,

2020. URL: <https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Downloads/G/gwb-digitalisierungsgesetz-referentenentwurf.html> (дата обращения: 27.08.2020).

European Commission. Antitrust: Commission fines Google €2.42 billion for abusing dominance as search engine by giving illegal advantage to own comparison shopping service [Электронный ресурс] // An official website of the European Union, 2017. URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_17_1784 (дата обращения: 07.06.2020).

European Commission. Commission Decision of 24.03.2004 relating to a proceeding under Article 82 of the EC Treaty (Case COMP/C-3/37.792 Microsoft) [Электронный ресурс] // An official website of the European Union, 2004b. URL: https://ec.europa.eu/competition/antitrust/cases/dec_docs/37792/37792_4177_3.pdf (дата обращения: 27.08.2020).

Haslehurst R., Lewis A. We Don't Need a Whole New Regulatory Regime for Platforms Like Uber and Airbnb // Harvard Review. 2016 [Электронный ресурс]. URL: <https://hbr.org/2016/04/we-dont-need-a-whole-new-regulatory-regime-for-platforms-like-uber-and-airbnb> (дата обращения: 27.08.2020).

Justice Department Settles with T-Mobile and Sprint in Their Proposed Merger by Requiring a Package of Divestitures to Dish [Электронный ресурс] // U.S. Department of Justice, 2019. URL: <https://www.justice.gov/opa/pr/justice-department-settles-t-mobile-and-sprint-their-proposed-merger-requiring-package> (дата обращения: 07.06.2020).

Lapo Filistrucchi, Damien Geradin, Eric van Damme, Pauline Affeldt. Market Definition in Two-Sided Markets: Theory and Practice // SSRN Electronic Journal. 2013 [Электронный ресурс]. URL: <http://ssrn.com/abstract=2240850> (дата обращения: 27.08.2020).

Lefouili Y., Pinho J. Collusion in Two-Sided Markets. Working Paper // Toulouse School of Economics. 2018 [Электронный ресурс]. URL: https://www.tse-fr.eu/sites/default/files/TSE/documents/doc/wp/2018/wp_tse_894.pdf (дата обращения: 27.08.2020).

Nicolo Zingales. Product Market Definition in Online Search and Advertising // SSRN Electronic Journal. 2013. Vol. 9. Iss. 1. P. 37 [Электронный ресурс]. URL: <http://ssrn.com/abstract=2338997> (дата обращения: 27.08.2020).

Statement of the Federal Trade Commission. Regarding Google's Search Practices In the Matter of Google Inc. [Электронный ресурс] // Federal Trade Commission, 2013. URL: https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/public_statements/statement-commission-regarding-googles-search-practices/130103brillgooglesearchstmt.pdf (дата обращения: 05.06.2020).

Supreme Court Of The United States Ohio Et Al. V. American Express Co. Et Al. [Электронный ресурс]. URL: https://www.supremecourt.gov/Opinions/17pdf/16-1454_5h26.Pdf (дата обращения: 27.08.2020)

RESTRICTION OF COMPETITION ON “TRADITIONAL” AND MULTI-LATERAL MARKETS: COMMON FEATURES AND PECULIARITIES

Valeriya A. Dudrina

Student

Lomonosov Moscow State University,

Faculty of Economics

(Moscow, Russia)

Valeriia D. Sluzhevskaiia

Leading Economist

Lomonosov Moscow State University,

Faculty of Economics;

Junior Research Fellow, RANEPА³³, CSCER³⁴

(Moscow, Russia)

Abstract

Though multi-sided markets are not a new phenomenon, scientists and regulators' interest in this subject started to rise significantly exactly with the economy's digitalization. The proliferation of such markets inevitably raises a number of questions for economists and antitrust regulators: what are multilateral markets? How much do they differ from the «traditional» ones? What approach should we choose for their regulation: ignore the differences between the two types of the markets, or, on the contrary, focus exactly on them? The answers given to the above questions are of great importance, since they will determine both the future of antitrust policy as well as the welfare of consumers and firms.

This paper examines the differences and similar characteristics of «traditional» and multi-sided markets, as well as the theoretical aspects of their regulation. Also, the authors of the paper analyze the approaches used by antitrust regulators in the EU, Germany, the United Kingdom, the United States and Russia.

Key words: multi-sided markets, platforms, international antitrust.

JEL codes: K21, L40, O32.

³³ Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration

³⁴ Center for Studies of Competition and Economic Regulation

References

Avdasheva S.B., Shastitko A.E. Mezhdunarodnyy antitrazst: potrebnosti, ogranicheniya i uroki dlya Tamozhennogo soyuza // *Voprosy ekonomiki*. 2012. № 9. Pp. 110–125. (In Russian).

Golovanova S. Doktrina klyuchevykh moshchnostey v rossiyskoy antimonopol'noy poli-tike: osnovaniya i riski primeneniya // *Ekonomicheskaya politika*. 2013. № 3. Pp. 126–143. (In Russian).

Shastitko A.E., Markova O.A. Staryy drug luchshe novykh dvukh? Podkhody k issledovaniyu rynkov v usloviyakh tsifrovoy transformatsii dlya primeneniya antimonopol'nogo zakonodatel'stva // *Voprosy ekonomiki*. 2020. № 6. Pp. 37–55. (In Russian).

Shastitko A.E., Markova O.A. Effekty stanovleniya i funktsionirovaniya mnogosto-ronnikh rynkov: podkhody k issledovaniyu // *Obshchestvennye nauki i sovremennost'*. 2019. № 3. Pp. 52–65. (In Russian).

Shastitko A. E., Parshina E. N. Rynki s dvustoronnimi setevymi effektami: spe-tsifikatsiya predmetnoy oblasti // *Sovremennaya konkurentsia*. 2016. Vol.10. № 1 (55). Pp. 35–48. (In Russian).

Shastitko A.E., Pavlova N.S. Natsional'nyy antitrazst v global'nom kontekste // *So-vremennaya konkurentsia*. 2019. Vol. 1. № 3. Pp. 5–15. (In Russian).

Armstrong M. Competition in Two-Sided Markets // *RAND Journal of Economics*. 2006. Vol. 37. No. 3. P. 668–691.

Armstrong M., Wright J. Two-Sided Markets, Competitive Bottlenecks, and Exclusive Contracts // *Journal of Economic Theory*. 2006. Vol. 32. No. 2. P. 353–380.

Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz. Act against Restraints of Competition. 2018.

Caillaud B., Jullien B. Chicken and egg: Competition among intermediation service providers // *RAND Journal of Economics*. 2003. Vol. 34. No. 2. P. 309–328.

Carlton D.W. Market Definition: Use and Abuse // *Competition Policy International*. 2007. Vol 3. No 1.

Choi J.P. Tying in Two-Sided Markets with Multi-Homing // *The Journal of Industrial Economics*. 2010. No. 3. P. 607–626.

Choi J.P. Tying in Two-Sided Markets with Multi-Homing // *Working Papers 06-04*, NET Institute, 2006.

CMA. Merger assessment guidelines: CC2/OFT1254. A joint publication of the Competition Commission and the Office of Fair Trading., 2010.

CMA. The CMA's Digital Markets Strategy, 2019.

Correia da silva J., Jullien B., Lefouili Y., Pinho J. Horizontal Mergers Between Multi-Sided Platforms: Insights from Cournot Competition // *Toulouse School of Economics*. 2018. No. 946. P. 1-24.

Dewenter R., Haucap J., Wenzel T. Semi-collusion in media markets // *International Review of Law and Economics*, Elsevier. 2011. Vol. 31. No. 2. P. 92–98.

Dewenter R., Heimeshoff U., Löw F. Working Papers: Market Definition of Platform Markets // *Helmut Schmidt Universität Hamburg, Department of Economics*. 2017. No. 176. P. 5.

EC. Council Regulation No 139/2004 of 20 January 2004 on the control of concentrations between undertakings (the EC Merger Regulation). 2004a.

EU. Consolidated versions of the Treaty on European Union and the Treaty on the Functioning of the European Union [C 326/47]. 2012.

- Evans D.S. The Antitrust Economics of Multi-Sided Platform Markets // *Yale Journal on Regulation*. 2003. No. 20. P. 325–381.
- Evans D.S., Noel M.D. The analysis of mergers that involve multi-sided platform business // *Journal of Competition Law and Economics*. 2008. No. 35. P. 16.
- Evans D.S., Schmalensee R. The industrial organization of markets with two-sided platforms // *Competition Policy International*. 2007. Vol. 3. No.1. P. 151–179.
- Farhi, E., Hagiu, A. Strategic interactions in two-sided market oligopolies // *Harvard Business School, Working Paper No. 08-011*, 2008.
- Federal Ministry for Economic Affairs and Energy. A New Competition Framework for the Digital Economy: Report by the Commission ‘Competition Law 4.0’. 2019.
- Filistrucchi L. A SSNIP Test for Two-Sided Markets: The Case of Media // *NET Institute. Working Paper No. 08-34*, 2008.
- Franck J-U, Peitz M. Market Definition and Market Power in the Platform Economy // *Center on Regulation in Europe*, 2019.
- Furman J. Unlocking digital competition // *Report of the Digital Competition Expert Panel*, 2019.
- Guzman A.T. Is International Antitrust Possible? // *New York University Law Review*. 1998. Vol. 73. P. 1501–1548.
- Hagiu A. Multi-Sided Platforms: From Microfoundations to Design and Expansion Strategies // *Harvard Business School Strategy Unit Working Paper No. 09-115*.
- Hagiu A., Wright J. Multi-Sided Platforms // *Harvard Business School Working Paper*, No. 07-094. 2007.
- Hagiu A., Wright J. Multi-Sided Platforms // *Harvard Business School*. 2015.
- Hemphill C. S., Wu T. Nascent Competitors // *University of Pennsylvania Law Review*, Forthcoming. 2020.
- Leonello A. Horizontal Mergers in Two-Sided Markets // *European University Institute*. 2010.
- Ribeiro E. P., Golovanova S. A unified presentation of competition analysis in two-sided markets // *Journal of Economic Surveys*. 2020.
- Rochet J., Tirole J. Two-Sided Markets // *Journal of the European economic association*. 2003. Vol. 1. No. 4. P. 990–1029.
- Rochet J., Tirole J. Two-Sided markets: a progress report // *The RAND Journal of economics*. 2006. Vol. 37. No. 3. P. 645–667.
- Rosati, F. (2008) Is merger assessment different in two-sided markets? Lessons from Travelport/Worldspan. *Concurrences* 2. Rothenberg, J., 1962.
- Ruhmer, I. Platform Collusion in Two-Sided Markets // *Beiträge zur Jahrestagung des Vereins für Socialpolitik 2010: Ökonomie der Familie Session: TwoSided Markets and Vertical Restraints*, No. E8-V2, Verein für Socialpolitik, Frankfurt a. M., 2010.
- Schweitzer H., Haucap J., Kerber W., Robert W. Modernizing the Law on Abuse Of Market Power In The Digital Age: A Summary Of The Report For The German Ministry For Economic Affairs And Energy, 2018.
- Shapiro C., Varian H. R. *Information Rules: A Strategic Guide to The Network Economy*. Publisher: Harvard Business School Press, 1999.
- Tremblay M. Market Power and Mergers in Multi-Sided Markets, 2018.
- Wilbur K.C. A Two-Sided, Empirical Model of Television Advertising and Viewing Markets // *Marketing Science*. 2008. Vol. 27. No. 3. P. 356–378.

Wismer S., Bongard C., Rasek A. Multi-sided market economics in competition law enforcement // Journal of European Competition Law and Practice. 2016. Vol. 8. No. 4. P. 257–262.

Wright J. One-sided logic in two-sided markets // Review of Network Economics. 2004. No. 3. P. 44–64.

Wright J. One-Sided Logic in Two-Sided Markets // Washington, DC: AEI-Brookings Joint Center for Regulatory Studies. 2003.

Andrey Tsyganov: sdelka Bayer Monsanto – ne pro morkovku, a pro tekhnologii v oblasti selektsii i platformnyye resheniya [Online] // FAS Rossii, 16 marta 2018. Available at: <https://fas.gov.ru/news/24498> (accessed: 10.06.2020). (In Russian).

Delo №11/01/10-24/2019 Delo o narushenii Apple Inc. st. 10 Zakona o zashchite konkurentsii ot 28 iyunya 2019 g. [Online] // FAS Rossii. Available at: <https://br.fas.gov.ru/cases/ffe2d473-03f6-4c98-81f2-dccc214696aa/> (accessed: 11.11.2020). (In Russian).

Predpisanie (YaNDEKS) [Online] // FAS Rossii, 24 noyabrya 2017. Available at: <https://fas.gov.ru/documents/594339> (accessed: 11.11.2020). (In Russian).

Reshenie №AD/54066/15 Reshenie i predpisanie po delu № 1-14-21/00-11-15 ot 5 oktyabrya 2015 g. [Online] // FAS Rossii. Available at: <https://br.fas.gov.ru/ca/upravlenie-regulirovaniya-svyazi-i-informatsionnyh-tehnologiy/ad-54066-15/> (accessed: 11.11.2020). (In Russian).

Reshenie po delu Maykrosoft (reshenie № 1-00-168/00-11-16 o narushenii antimonopol'nogo zakonodatel'stva) [Online] // FAS Rossii, 17 avgusta 2017. Available at: <https://fas.gov.ru/documents/557814> (accessed: 11.11.2020). (In Russian).

Assistant Attorney General Makan Delrahim Delivers Keynote Address at the University of Chicago's Antitrust and Competition Conference [Online] // U.S. Department of Justice, 2018. Available at: <https://www.justice.gov/opa/speech/assistant-attorney-general-makan-delrahim-delivers-keynote-address-university-chicagos> (accessed: 07.06.2020).

Big data and innovation: key themes for competition policy in Canada [Online] // Competition Bureau Canada. February 19, 2018. Available at: <https://www.competitionbureau.gc.ca/eic/site/cb-bc.nsf/eng/04342.html> (accessed: 27.08.2020).

Competition policy for the digital era. A report by Jacques Crémer Yves-Alexandre de Montjoye Heike Schweitzer, 2019 // EU official website [Online]. Available at: <http://ec.europa.eu/competition/publications/reports/kd0419345enn.pdf> (accessed: 27.08.2020).

David S. Evans (2015). Single-Firm Conduct Hearings Comment: David Evans. The Antitrust Economics of Multi-Sided Platform Markets. // The United States Department of Justice. June 25, 2015. [Online]. Available at: <https://www.justice.gov/atr/single-firm-conduct-hearings-comment-david-evans-2> (accessed: 27.08.2020).

Digital platforms inquiry – Final report [Online] // ACCC, 2019. Available at: <https://www.accc.gov.au/system/files/Digital%20platforms%20inquiry%20-%20final%20report.pdf> (accessed: 27.08.2020).

Entwurf eines Zehnten Gesetzes zur Änderung des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen für ein fokussiertes, proaktives und digitales Wettbewerbsrecht 4.0 (GWB-Digitalisierungsgesetz) [Online] // Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie, 2020. Available at: <https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Downloads/G/gwb-digitalisierungsgesetz-referentenentwurf.html> (accessed: 27.08.2020).

European Commission. Antitrust: Commission fines Google €2.42 billion for abusing dominance as search engine by giving illegal advantage to own comparison shopping service [Online] //

An official website of the European Union, 2017. Available at: https://ec.europa.eu/competition/presscorner/detail/en/IP_17_1784 (accessed: 07.06.2020).

European Commission. Commission Decision of 24.03.2004 relating to a proceeding under Article 82 of the EC Treaty (Case COMP/C-3/37.792 Microsoft) [Online] // An official website of the European Union, 2004b. Available at: https://ec.europa.eu/competition/anti-trust/cases/dec_docs/37792/37792_4177_3.pdf (accessed: 27.08.2020).

Haslehurst R., Lewis A. We Don't Need a Whole New Regulatory Regime for Platforms Like Uber and Airbnb // Harvard Review. 2016 [Online]. Available at: <https://hbr.org/2016/04/we-dont-need-a-whole-new-regulatory-regime-for-platforms-like-uber-and-airbnb> (accessed: 27.08.2020).

Justice Department Settles with T-Mobile and Sprint in Their Proposed Merger by Requiring a Package of Divestitures to Dish [Online] // U.S. Department of Justice, 2019. Available at: <https://www.justice.gov/opa/pr/justice-department-settles-t-mobile-and-sprint-their-proposed-merger-requiring-package> (accessed: 07.06.2020).

Filistrucchi, Lapo and Geradin, Damien and van Damme, Eric E.C. and Affeldt, Pauline. Market Definition in Two-Sided Markets: Theory and Practice (March 16, 2013). TILEC Discussion Paper No. 2013-009, Tilburg Law School Research Paper No. 09/2013, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2240850> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2240850> (accessed: 27.08.2020).

Lefouili Y., Pinho J. Collusion in Two-Sided Markets. Working Paper // Toulouse School of Economics. 2018 [Online]. Available at: https://www.tse-fr.eu/sites/default/files/TSE/documents/doc/wp/2018/wp_tse_894.pdf (accessed: 27.08.2020).

Zingales, Nicolo, Product Market Definition in Online Search and Advertising (October 11, 2013). Competition Law Review (2013), Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2338997> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2338997> (accessed: 27.08.2020).

Statement of the Federal Trade Commission. Regarding Google's Search Practices In the Matter of Google Inc. [Online] // Federal Trade Commission, 2013. Available at: https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/public_statements/statement-commission-regarding-googles-search-practices/130103brillgooglesearchstmt.pdf (accessed: 05.06.2020).

Supreme Court Of The United States Ohio Et Al. V. American Express Co. Et Al. [Online]. Available at: https://www.supremecourt.gov/Opinions/17pdf/16-1454_5h26.Pdf (accessed: 27.08.2020).