

Антимонопольное право: на новый уровень

Москва, 17 июня 2021 года



РАНХиГС

РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Повестка дня в сфере антимонопольного регулирования экосистем

А.Е.Шаститко.

Доктор экономических наук, профессор,
Директор Центра исследований конкуренции и
экономического регулирования РАНХиГС
Заведующий кафедрой конкурентной и
промышленной политики экономического
факультета МГУ им.М.В.Ломоносова

aeshastitko@econ.msu.ru

Определение экосистем на основе типов комплементарности потребления и производства

Тип комплементарности производства	Тип комплементарности потребления		
	Неспецифичность	Уникальность	Супермодулярность
Супермодулярность	<p>Не нужна координация между группами производителей, но общее производство может быть эффективней.</p> <p>3G и 4G-совместимые телекоммуникационные сети и оборудование</p>	<p>Нужна координация между группами</p> <p>5G-совместимые блага для Интернета вещей, производство в космической отрасли</p>	<p>Нужна координация между группами</p> <p>Открытое ПО, такое как Android: сильная зависимость в производстве от количества производителей:</p>
Уникальность	<p>Не нужна координация между группами, но нужен единый стандарт</p> <p>Ноутбуки и стандарты Bluetooth, USB, Wi-Fi</p>	<p>Нужна координация между группами</p> <p>Производители солнечных батарей, производители креплений и их установщики</p>	<p>Нужна координация между группами</p> <p>Продукция Nike и связанные носимые технические устройства и приложения, Apple iOS и совместимые приложения; игровые консоли и игры к ним.</p>
Неспецифичность	<p>Не нужна координация между группами</p> <p>Аксессуары для дома в одном стиле, отель со спортзалом и бассейном.</p>	<p>Не нужна координация между группами</p> <p>Машины и шины, теннисные ракетки и мячи</p>	<p>Не нужна координация между группами</p> <p>Многосторонние платформы: eBay, Airbnb, Uber.</p>

ЭКОСИСТЕМЫ

К вопросу о степени разработанности проблемы

- За период с 1999 по 2015 гг. в литературе, посвященной экосистемам (97 статей, диссертаций и монографий) лишь 28 из них содержат количественный анализ, из них две работы основаны на самостоятельной модели (Butler, Bateman, Gray, 2014)*.
- Экосистемы: Parker, Van Alstyne (2017), Parker, Van Alstyne, Jiang(2017), Um et al. (2020).
- Сетевые эффекты: Parker, Geoffrey, Marshall (2005), Rochet, Tirole (2003), Armstrong (2006) Bhargava (2013), Chakravorti, Roson, 2006
- Многосторонние платформы: Ondrus (2015), Hagiu and Wright (2014, 2015), Weyl, E. G. (2010).
- Multihoming: Belleflamme, Peitz (2018), Rasch (2007).
- Кооперация (Co-opetition): Mantena, Saha (2012)
- Сговор между платформами: Ruhmer (2009), Lefouili, Pinho (2020).

Экосистемы и цифровые платформы

Мы исходим из предпосылки, что базой экосистемы является платформа:

- A digital ecosystem includes a platform that serves as a core on which others can build modules that are designed to extend the service possibilities of the platform (Eaton et al., 2011)
- A digital multi-sided platform-based ecosystem includes: the platform leader; actors on different sides of the platform including complementary asset providers; and input suppliers to the platform leader (Helfat, Raubitschek, 2018)

Именно эти истории в первую очередь находятся в зоне внимания конкурентной политики: формирование экосистем усиливает влияние платформ и развивает их стимулы

- Digital platforms are a critical part of the digital ecosystem. Digital platforms collect vast troves of data on consumers from ever-expanding sources and have significant discretion over how this user data is used and disclosed to other businesses and organisations, both now and in the future. (Australian Competition and Consumer Commission. Digital Platforms Inquiry, June 2019.)⁴

Риски ограничения конкуренции-1

- Повышение барьеров входа на рынок
- Практики по предоставлению преференции собственным продуктам
- «Killer acquisition»
- Снижение степени диверсификации инноваций
- Связанные продажи

Риски ограничения конкуренции-2

- Поведенческая ценовая дискриминация потребителей
- Повышение возможностей по организации и поддержанию неявного ценового сговора
- Неправомерный сбор пользовательских данных
- Сетевые эффекты, усиливающие негативные последствия антиконкурентного поведения

Злоупотребление доминирующим положением на смежных рынках

Яндекс

Google

Год	2021	2017
Нарушение	предоставление преимуществ собственному сервису	
Продукт	Яндекс.Вертикали, Яндекс.Маркет, Яндекс.Медиасервисы, Кинопоиск	Google Shopping
Последствия	не определяется наиболее подходящий результат запроса	снижение трафика конкурентов

Злоупотребление доминирующим положением на смежных рынках



Год	2019	2015
Нарушение	ограничение функционала приложений конкурентов	вертикальные ограничения для дистрибьютеров
Продукт	Screen Time	Google Mobile Services
Последствия	создание условий для отказа производителей мобильных устройств от договорных отношений с хозяйствующими субъектами-конкурентами	

Злоупотребление доминирующим положением на смежных рынках



Год	2015	2019
Нарушение	продвижение собственного продукта на смежном рынке посредством злоупотребления доминирующим положением на рынке	
Продукт	Windows Defender	Talantix
Последствия	ограничения по допуску на рынок конкурентов	

Злоупотребление доминирующим положением на смежных рынках

Booking.com

Год	2020
Нарушение	вертикальные ограничения через установление паритета цен
Инструмент	наложение запрета на продавцов по размещению объявлений на других открытых каналах продаж по цене выше, чем на сервисе
Рынок	предоставления услуг агрегаторов информации о гостиницах, отелях, хостелах и других
Последствия	снижение трафика конкурентов

Злоупотребление доминирующим положением на смежных рынках



facebook



Год

2015–2017

**Предмет
исследования**

175 сделок по слиянию

Мотивы

неуспешность приобретенного продукта
покупка с целью инвестиций в НИОКР
устранение потенциальной конкуренции

Инструмент

killer acquisition

Последствия

снижение степени диверсификации инноваций, в 60%
случаев активы были заморожены через год после
приобретения

Новые подходы: European Digital Markets Act (проект)

- Особые правила для компаний – «привратников» (gatekeepers)
- Критерии gatekeepers (должны быть выполнены все вместе, хотя возможна дискреция Комиссии)
 - **Размер.** Рассчитывается через оборот (годовой оборот не менее 6,5 млрд евро за последние три года) или капитализацию (не менее 65 млрд евро в последнем финансовом году), а также надо действовать не менее чем в 3 странах Союза
 - **Контроль доступа.** Надо контролировать платформу (не менее 45 млн. «конечных» пользователей и не менее 10 тыс. бизнесов), обеспечивающую бизнесу доступ на рынок
 - **Укоренившаяся позиция.** Надо выполнять оба предыдущих критерия на протяжении не менее трех лет подряд

Новые подходы: European Digital Markets Act (проект)

- Особые правила для компаний – «привратников» (gatekeepers)
 - Обеспечивать доступ к информации / данным
 - При этом нельзя использовать информацию о пользователях для конкуренции с ними
 - Обеспечивать взаимодействие с сервисами
 - Не требовать эксклюзивности
 - Разрешать удалять предустановленное ПО и не мешать работать с другим

Новые подходы: пятый антимонопольный пакет ФАС России

- Критерии «доминирующего положения» на рынке интернет-пространства:
 - владение инфраструктурой (программой или программами для ЭВМ), которая используется для заключения сделок продавцов и покупателей;
 - сетевые эффекты;
 - доля более 35% на рынке взаимозаменяемых услуг по обеспечению заключения сделок;
 - оборот свыше 400 млн рублей
- Блокировка vs кратные штрафы в случае злостных нарушений



РАНХиГС
РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Центр исследований конкуренции и
экономического регулирования,
ИПЭИ

Спасибо за внимание!