

Конкуренция между владельцами цифровых платформ в мировой экономике

УДК 339.9 (100) : 004.9
ББК 65.39(0)
А-900

Анна Викторовна АСАДУЛЛИНА,
кандидат экономических наук,
Всероссийская академия внешней торговли
(119285, Москва, Воробьевское шоссе, ба),
кафедра мировой и национальной экономики - доцент,
e-mail: aasadullina@vavt.ru

Аннотация

Интенсивное развитие цифровых технологий вызвало появление феномена, собирательно именуемого GAFA – компаний Google, Apple, Facebook и Amazon, которые продемонстрировали в последнее десятилетие экспоненциальный рост рыночной капитализации и растущую рыночную власть.

Существует два подхода к объяснению причин доминирования крупнейших цифровых платформ. Первый в основу рыночной концентрации на рассматриваемых типах рынка ставит эффекты масштаба и сетевые эффекты, характерные для рынков с двусторонними сетевыми эффектами. Второй подход указывает в первую очередь на антимонопольное поведение компаний, владеющих цифровыми платформами.

Ввиду отсутствия надлежащих инструментов для оценки антиконкурентных эффектов поведения цифровых гигантов наблюдаются разные подходы в деятельности антимонопольных органов.

Ключевые слова: Цифровые платформы, рынки с двусторонними сетевыми эффектами, эффект масштаба, экспроприация зоны уничтожения, приобретение зарождающихся конкурентов, отказ в доступе к данным, антимонопольное регулирование.

Competition among digital platforms owners in the global economy

Anna Victorovna ASADULLINA,
Candidate of Economic Sciences,
Russian Foreign Trade Academy (6A, Vorob'evskoe shosse, Moscow, 119285),
Department of world and national economy - Associate Professor,
e-mail: aasadullina@vavt.ru

Abstract

Intensive development of digital technologies has resulted in the appearance of the phenomenon collectively known as GAFA, that is Google, Apple, Facebook and Amazon, namely the companies which have demonstrated the exponential growth of the market capitalization and the increasing market power over the last decade.



There are two approaches to the explanation of the reasons why the greatest digital platforms are prevailing nowadays. Based on the market concentration on the given two market types, the first approach sets the scale effects and the network ones which are typical for the two-sided markets. The second approach primarily refers to the antitrust behavior of the digital platforms.

Owing to the lack of the appropriate tools to assess the antitrust effects of the digital giants' behavior the antitrust authorities apply various approaches.

Keywords: GAFA, digital platform, two-sided markets, scale effect, kill zone expropriation, acquisition of nascent rivals, denial of access of data, antitrust regulation.

Динамичная цифровизация мировой экономики во многом определяет текущее состояние и будущие перспективы развития отдельных отраслевых рынков, вызывая озабоченность в отношении функционирования традиционных видов бизнеса и эффективности регуляторных государственных политик доцифровой эпохи.

Одним из главных инструментов цифровой экономики наряду с искусственным интеллектом, квантовыми вычислениями, блокчейном, интернетом-вещей являются цифровые платформы. На глобальные масштабы развития платформенного бизнеса указывает тот факт, что в десятке мирового рейтинга компаний по рыночной капитализации шесть мест занимают компании, использующие платформенные бизнес-модели (см. таблицу 1).

Таблица 1

Рыночная капитализация крупнейших компаний мира, 2019
(млрд долл. США)

	<i>Наименование компании</i>	<i>Рынок/Страна происхождения</i>	<i>Рыночная стоимость</i>
1	Apple	Платформенные операционные системы, ПК, телефонии и пр./США	961,3
2	Microsoft	Платформенные операционные системы/США	946,5
3	Amazon.com	Платформы электронной коммерции и публичные облачные вычисления/США	916,1
4	Alphabet	Интернет-поиск, облачные вычисления и рекламные технологии/США	863,2
5	Berkshire Hathaway	Финансовые услуги/США	516,4
6	Facebook	Социальные сети и рекламные технологии/США	512
7	Alibaba	Рынок электронной коммерции, электронных платежей и облачных вычислений/Китай	480,8
8	Tencent Holdings	Финансовые услуги/Китай	472,1
9	JPMorgan Chase	Финансовые услуги/США	368,5

	<i>Наименование компании</i>	<i>Рынок/Страна происхождения</i>	<i>Рыночная стоимость</i>
10	Johnson & Johnson	Лекарственные препараты, санитарно-гигиенические товары, и медицинское оборудование/США	366,2

Источник: составлено автором по: <https://www.statista.com/statistics/263264/top-companies-in-the-world-by-market-value/>

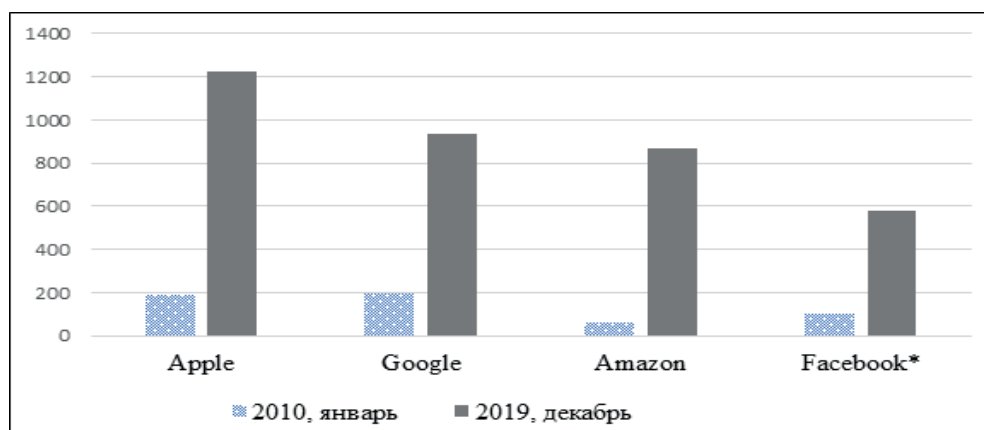
Далее в статье мы будем исходить из понятия цифровой платформы как технологической бизнес-модели, которая облегчает обмены между двумя или более взаимозависимыми группами потребителей онлайн¹.

Цифровые платформы привлекают внимание регуляторов во всем мире по причине наблюдаемого изменения конкурентного ландшафта. В отдельных отраслях обнаруживается высокая концентрация власти в руках цифровых гигантов: так, на долю Facebook приходится 73,9 и 63,7% от европейского и мировых рынков социальных медиа соответственно; 92,7% рынка поисковых систем в мире принадлежит Google²; 47,8% рынка публичных облачных услуг предоставляется Amazon³; 22,9% рынка мобильных операционных систем в мире принадлежит Apple⁴.

Компании, создавшие уникальные технологические бизнес-модели, собираются именуемые GAFAM (Google, Apple, Facebook и Amazon), продемонстрировали за последнее десятилетие экспоненциальный рост рыночной стоимости (см. рисунок 1) и растущую монопольную власть в отношении данных, технологий и человеческих ресурсов.

Рисунок 1

Рыночная капитализация GAFAM, млрд долл. США



Источник: составлено автором по: A Decade of Growth for GAFAM. Электронный ресурс: <https://www.statista.com/chart/20285/market-capitalization-of-google-apple-facebook-amazon-and-microsoft/>



Экспоненциальное развитие данных цифровых платформ объясняется, в первую очередь, особенностями рынков с двусторонними или даже многосторонними сетевыми эффектами. Обычно под такими рынками подразумевают рынки, где существуют как минимум две группы пользователей услуг и полезность каждого пользователя первой группы зависит от числа пользователей второй группы и не зависит от числа пользователей первой группы. Причем термин «рынок» обозначается свободно и не определяется в том значении, которое ему предписывают антимонопольные органы разных стран. Научное сообщество часто использует двусторонние платформы (two-sided platforms) как синоним двусторонним рынкам (two-sided markets). Ж. Роше и Ж. Тироль замечают, что компании-владельцы двусторонних платформ могут влиять на объем транзакций (сделок), взимая большую плату с одной группы полгруппы пользователей и уменьшая или обнуляя цену для других пользователей. Другими словами, структуризация цены играет ключевое значение в бизнес-стратегии платформы для обеспечения присутствия как первой, так и второй группы пользователей⁵.

Существует точка зрения, что крупнейшие цифровые платформы обязаны своим доминированием на рынках не антиконкурентным поведением, а эффектам масштаба или аддитивным эффектам⁶. В основе данных эффектов лежит два определяющих элемента: постоянные издержки и низкие, близкие к нулю, предельные затраты и большие данные.

Во-первых, большая часть затрат владельцев цифровых платформ – это оплата труда технического персонала и модераторов контента. Постоянными эти затраты являются в том смысле, что, например, объем поиска, предоставляемый Google, не очень чувствителен к количеству программных инженеров, после того как поиск достигает достаточного масштаба для создания полноценного сервиса поиска информации. Другими словами, после того как создана поисковая система, потребители могут использовать ее в любом месте от нуля до бесконечного числа раз и стоимость оказания этой услуги для цифровой платформы останется практически неизменной. Бесспорно, что стоимость услуг модераторов контента в большей степени зависит от количества пользователей сервиса, но и здесь эластичность затрат модерирования по интенсивности использования поискового сервиса значительно ниже⁷.

Второй аддитивной составляющей выступают массивы больших данных (big data). Каждый потребитель, например, осуществляя поиск информации и оставляя «цифровой след», снижает тем самым себестоимость обслуживания единицы услуги по поиску информации следующего потребителя. Интенсивность этого эффекта увеличивается благодаря использованию машинного обучения и искусственного интеллекта: улучшение технологии, например, поиска информации и точности рекламных совпадений, в конечном счете, снижают стоимость предоставления единицы услуги.

Возможность масштабирования цифрового бизнеса без значительных физических активов значительно влияет на конкуренцию на отдельных мировых рынках. И увеличивая долю компании путем скупки стартапов и малых и средних фирм, цифровые гиганты еще более защищают себя от конкуренции. Это, в свою очередь, угрожает росту производительности мировой экономики в силу возможного снижения технической эффективности и ухудшению распределения ресурсов между фирмами и отраслями. Рыночная власть цифровых платформ также может снизить стимулы, ведущие фирмы к инновациям и замедлить распространение технологий между фирмами, приводя к еще большей дивергенции доходов⁸.

Кроме того, компании-владельцы цифровых платформ, собирая информацию о своих пользователях, получают возможность экономии при диверсификации, в силу того что собранные данные могут быть применены при усовершенствовании других услуг цифровой компании (так, например, собирая данные пользователя ресурса Google Map, компания создает подробную карту предпочтений, которая помогает совершенствовать технологии Google Ads).

До недавнего времени цифровые компании, подобные GAFA, не испытывали давления со стороны регулирующих органов США: согласно разделу 230 Communication Decency Act, цифровые платформы (как поставщики или пользователи интерактивных компьютерных сервисов), не являются издателями⁹. Это освобождает платформы от ответственности за вред, причиненный информацией, представленной сторонними пользователями. Еще одно освобождение от ответственности предусмотрено статьей 5/2 Закона о защите авторских прав в цифровую эпоху (Digital Millennium Copyright Act, section 512): цифровые платформы защищены от ответственности за нарушение авторских прав, если они удаляют объект, нарушающий авторские права после уведомления¹⁰. Если бы такая защита отсутствовала, то цифровые платформы должны были бы учитывать свою потенциальную ответственность за нарушение авторского права, что неминуемо бы привело к росту расходов, связанных с масштабом. Цифровым платформам пришлось бы значительно усилить контроль своих информационных услуг с целью минимизации возможной ответственности за нарушение авторских прав, что значительно бы ограничило стимулы платформ к расширению.

Отдельные эксперты полагают, что кроме аддитивных эффектов, цифровые гиганты обязаны своей рыночной властью антиконкурентным поведением. Выделяют три типа антиконкурентного поведения операторов цифровых платформ:

- возможность уничтожения ресурсов конкурента (kill zone expropriation);
- приобретение зарождающихся конкурентов (Acquisition of nascent rivals);
- отказ в доступе к данным (denial of Access of Data).

Возможность уничтожения ресурсов конкурента заключается в следующем. Цифровая платформа дает возможность обеспечивать функционирование новых



фирм в форме площадки, на которой размещаются приложения этих фирм. Однако владелец платформы может уничтожить приложение фирмы на своей платформе, а значит любое приложение сторонних фирм находится в зоне уничтожения владельцем платформы.¹¹

Практика деятельности компаний, входящих в группу GAFA, изобилует примерами такого поведения. В случае Apple, например, фирма-программный новатор создает свое приложение для размещения на площадке App Store. Если Apple замечает, что данное приложение показывает хорошие продажи, то может предложить собственную версию такого приложения – как часть операционной системы IOS, установленной на все устройства компании. Важной характеристикой такой деятельности является то, что любая компания, размещающая свой продукт на цифровой платформе, осознает, что максимум прибыли от использования его новации (товара) достигается до момента создания владельцем платформы репликации¹².

Данный тип антиконкурентного поведения компаний-владельцев цифровых платформ имеет как положительные, так и отрицательные стороны. Когда владелец платформы реплицирует определённую инновационную функцию и интегрирует ее в собственную платформу, это расширяет все платформу и увеличивает преимущества потребителей. В то же время экспроприация зоны уничтожения становится проблемой антимонопольного регулирования, если брать во внимание, что экспроприруемая фирма-новатор потенциально могла бы стать конкурентом платформы и в долгосрочном периоде это бы привело к росту общественного благосостояния.

В случае приобретения зарождающихся конкурентов владелец платформы приобретает фирму – зарождающуюся платформу, которая могла бы впоследствии составить конкуренцию. Наиболее ярким примером тому является приобретение в 2012 году Facebook стартапа обмена фотографиями Instagram за один миллиард долларов и штатом в 13 сотрудников на тот момент¹³.

Многие эксперты полагают, что сегодня бы это приобретение было бы заблокировано Федеральной комиссией по торговле США, однако на тот момент у регулирующего органа не нашлось достаточных доказательств того, что данное поглощение имеет антиконкурентные признаки.

Еще одной формой антиконкурентного поведения цифровых платформ может быть отказ в доступе к данным. Проблема контроля данных как источника незаконного преимущества на рынках цифровых платформ все больше привлекает внимание антимонопольных органов во всем мире. Вопрос, следует ли конкурентам, следующим на площадку цифровой платформы предоставлять данные, накопленные вследствие, например, сохранения цифровых запросов потребителей или, шире, всех «цифровых следов», все еще остается открытым. Некоторые ученые считают, что такого рода данные должны рассматриваться как труд пользователей

цифровых платформ и, следовательно, владельцы цифровых сервисов не имеют исключительных прав на эти данные.¹⁴ Аргументация против состоит в следующем: онлайн-потребители не предоставляют данные в полезной для платформы форме; платформы на основе технологий аналитики big-data сами формируют массивы знаний о предпочтениях пользователей и тем самым создают добавленную стоимость¹⁵.

Антимонопольные органы многих стран только начинают заниматься вопросами регулирования деятельности цифровых платформ и демонстрируют иногда кардинально разные подходы к оценке поведения цифровых платформ на тех или иных рынках.

Так, Европейская комиссия по конкуренции обвинила Google в злоупотреблении доминирующим положением в интернет-поиске в виду того, что «Google систематически отдавал видное место своему собственному сервису сравнения покупок и понижал рейтинг конкурирующих торговых услуг в своих результатах поиска»¹⁶. В то же время Федеральная комиссия по торговле США не нашла в такой же организации вертикального поиска Google в США признаков экспроприации.

Основной причиной разного подхода антимонопольных органов к деятельности цифровых гигантов является отсутствие на сегодняшний день надлежащих инструментов для оценки возможных антиконкурентных эффектов поведения фирм на таких типах рынков.

Действительно, характер и сила сетевых экстерналий на многосторонних рынках цифровых платформ, требует разработки новых подходов к практическим методам и антимонопольному инструментарию регулирующих органов, а также гармонизации национальных законодательных актов в области конкурентной политики по отношению к новым типам рынков.

ПРИМЕЧАНИЯ:

¹ Five Ways to Win with Digital platforms. Электронный ресурс: https://www.accenture.com/us-en/_acnmedia/pdf-29/accenture-five-ways-to-win-with-digital-platforms-full-report.pdf

² Social Media Stats Worldwide. Электронный ресурс: <https://gs.statcounter.com/social-media-stats>

³ Gartner Says Worldwide IaaS Public Cloud Services Market Grew 31.3% in 2018. Электронный ресурс: <https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2019-07-29-gartner-says-worldwide-iaas-public-cloud-services-market-grew-31point3-percent-in-2018>

⁴ Mobile Operating System Market Share Worldwide. Электронный ресурс: <https://gs.statcounter.com/os-market-share/mobile/worldwide>

⁵ Jean-Charles Rochet, Jean Tirole. Two-Sided Markets: A Progress Report. The RAND Journal of Economics. Vol. 37, No. 3 (Autumn, 2006), pp. 645-667.

⁶ Keith N. Hylton. Digital Platforms and Antitrust Law. Boston Univ. School of Law, Law and Economics Research Paper No. No. 19-8, May 2019. Электронный ресурс: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3381803



- ⁷ Keith N. Hylton. 2019.
- ⁸ Andrews, D., Criscuolo C., and Gal P. N., "The Best versus the Rest: The Global Productivity Slowdown, Divergence across Firms and the Role of Public Policy", OECD Productivity Working Papers, 2016-05, OECD Publishing. Электронный ресурс: <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/63629cc9-en.pdf?expires=1576827123&id=id&accname=guest&checksum=1BC69C5FC804F5CB0F2E9D4A3A61BAE0>
- ⁹ E. Goodman, R. Whittington. Section 230 of the Communications Decency Act and the Future of Online Speech. Rutgers Law School Legal Studies Research Paper Series. Электронный ресурс: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3458442##
- ¹⁰ Section 512 of the Digital Millennium Copyright Act: User Experience and User Frustration. Электронные ресурсы: <https://ilr.law.uiowa.edu/print/volume-103-issue-2/section-512-of-the-digital-millennium-copyright-act-user-experience-and-user-frustration/>
- ¹¹ S.K. Kamapalli, R. Rajan. Kill zone/ November 2019 New Working Paper Series No. 39. Электронный ресурс: <https://research.chicagobooth.edu/-/media/research/stigler/pdfs/workingpapers/39killzonenov.pdf?la=en&hash=C05ED31FB38E-CA375996EFD80E6986264F947167>
- ¹² Keith N. Hylton, 2019.
- ¹³ Facebook Buys Instagram for \$1 Billion/The New York Times. Электронный ресурс: <https://dealbook.nytimes.com/2012/04/09/facebook-buys-instagram-for-1-billion/>
- ¹⁴ Eric A. Posner, Glen Weyl. Radical markets uprooting capitalism and democracy for a just society. 2018. Princeton University Press, P. 208-213.
- ¹⁵ Keith N. Hylton, 2019.
- ¹⁶ J. Хаукар. A German Approach to Antitrust for Digital Platforms/ Digital Platforms and Concentration // Second Annual Antitrust and Competition Conference Stigler Center for the Study of the Economy and the State University of Chicago Booth School of Business. Электронный ресурс: <https://promarket.org/wp-content/uploads/2018/04/Digital-Platforms-and-Concentration.pdf>

БИБЛИОГРАФИЯ:

1. Andrews, D., Criscuolo C., and Gal P. N., The Best versus the Rest: The Global Productivity Slowdown, Divergence across Firms and the Role of Public Policy. OECD Productivity Working Papers, 2016-05, OECD Publishing. Электронный ресурс: <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/63629cc9-en.pdf?expires=1576827123&id=id&accname=guest&checksum=1BC69C5FC804F5CB0F2E9D4A3A61BAE0>
2. Eric A. Posner, Glen Weyl. Radical markets uprooting capitalism and democracy for a just society. 2018. Princeton University Press, P. 208-213.
3. Facebook Buys Instagram for \$1 Billion/The New York Times. Электронный ресурс: <https://dealbook.nytimes.com/2012/04/09/facebook-buys-instagram-for-1-billion/>
4. Five Ways to Win with Digital platforms. Электронный ресурс: https://www.accenture.com/us-en/_acnmedia/pdf-29/accenture-five-ways-to-win-with-digital-platforms-full-report.pdf
5. Gartner Says Worldwide IaaS Public Cloud Services Market Grew 31.3% in 2018. Электронный ресурс: <https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2019-07-29-gartner-says-worldwide-iaas-public-cloud-services-market-grew-31point3-percent-in-2018>

6. Goodman E., Whittington R. Section 230 of the Communications Decency Act and the Future of Online Speech. Rutgers Law School Legal Studies Research Paper Series. Электронный ресурс: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3458442

7. Haucap. J. A German Approach to Antitrust for Digital Platforms/ Digital Platforms and Concentration // Second Annual Antitrust and Competition Conference Stigler Center for the Study of the Economy and the State University of Chicago Booth School of Business. Электронный ресурс: <https://promarket.org/wp-content/uploads/2018/04/Digital-Platforms-and-Concentration.pdf>

8. Hylton Keith N. Digital Platforms and Antitrust Law. Boston Univ. School of Law, Law and Economics Research Paper No. No. 19-8, May 2019. Электронный ресурс: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3381803

9. Kamepalli S.K., Rajan R. Kill zone/ November 2019 New Working Paper Series No. 39. Электронный ресурс: <https://research.chicagobooth.edu/-/media/research/stigler/pdfs/workingpapers/39killzonenov.pdf?la=en&hash=C05ED31FB38ECA375996EFD80E6986264F947167>

10. Mobile Operating System Market Share Worldwide. Электронный ресурс: <https://gs.statcounter.com/os-market-share/mobile/worldwide>

11. Rochet Jean-Charles, Tirole Jean, Two-Sided Markets: A Progress Report. The RAND Journal of Economics. Vol. 37, No. 3 (Autumn, 2006), pp. 645-667.

12. Section 512 of the Digital Millennium Copyright Act: User Experience and User Frustration. Электронные ресурсы: <https://ilr.law.uiowa.edu/print/volume-103-issue-2/section-512-of-the-digital-millennium-copyright-act-user-experience-and-user-frustration/>

13. Social Media Stats Worldwide. Электронный ресурс: <https://gs.statcounter.com/social-media-stats>

