

DOI: 10.37791/2687-0657-2021-15-3-97-105

Отказ от благосостояния потребителя при антитрасте цифровых платформ

А. И. Коваленко^{1*}

¹ Университет «Синергия», Москва, Россия

* alkovalenko@synergy.ru

Аннотация. Настоящая статья имеет своей целью охарактеризовать новый теоретико-методологический разворот, наблюдаемый сегодня в американском антимонопольном регулировании цифровых платформ. Для этого автор ретроспективно описывает историю развития теории и методологии антимонопольного регулирования в США. В статье описаны идеи экономического структурализма гарвардской школы. Далее автор раскрывает теоретико-методологическую революцию, связанную с теорией цен; описывает фундаментальные отличия гарвардской и чикагской школ в отношении оценки взаимосвязи структуры рынка и интенсивности конкуренции. Гарвардская школа использует схему «структура – поведение – результат» и признает структуру рынка и рыночную динамику не только индикаторами, но и факторами, определяющими интенсивности конкуренции. Чикагская школа фокусируется на показателях, характеризующих благосостояние потребителя (ценах и объемах предложения). Раскрыто становление доктрины благосостояния потребителя в качестве господствующей в антимонопольном регулировании. Автор подчеркивает, что в практике антимонопольного регулирования произошло сужение предмета методологии, произошел отход от идей расчета общественного благосостояния (аллокативной эффективности) к показателям благосостояния потребителя. Описаны последствия применения доктрины благосостояния потребителя в антимонопольном регулировании: узость представлений о барьерах входа, общественном благосостоянии; широта понимания конкурентных сил; игнорирование структурных и отраслевых характеристик конкуренции; абсолютизация показателей потребительских цен и объемов выпуска. Автор дает отрицательную оценку эффективности применения доктрины благосостояния потребителя при антимонопольном регулировании цифровых платформ. В работе объяснено то, каким образом фокус на благосостоянии потребителя был использован цифровыми платформами для формирования гигантской рыночной власти: предоставление цифровых сервисов потребителю бесплатно или по хищническим ценам в обмен на их пользовательские данные и просмотр рекламы; принуждение третьих лиц на стороне предложения цифровой платформы. В этом контексте излагается критика идей чикагской школы применительно к цифровым рынкам. Аргументируется реанимация идей и методов экономического структурализма при принятии решений в рамках антимонопольного регулирования монополистической деятельности цифровых платформ.

Ключевые слова: многосторонние платформы, антимонопольное регулирование, цифровые рынки, злоупотребление доминирующим положением, структурный подход, благосостояние потребителя

Для цитирования: Коваленко А. И. Отказ от благосостояния потребителя при антитрасте цифровых платформ // Современная конкуренция. 2021. Т. 15. № 3. С. 97–105. DOI: 10.37791/2687-0657-2021-15-3-97-105

Moving Away from Consumer Welfare in the Antitrust of Digital Platforms

A. Kovalenko^{1*}

¹ Synergy University, Moscow, Russia

* alkovalenko@synergy.ru

Abstract. This article aims to characterize the new theoretical and methodological reversal observed today in the American antitrust regulation of digital platforms. To this end, the author retrospectively describes the history of the development of the theory and methodology of antitrust regulation in the United States. The article describes the ideas of economic structuralism of the “Harvard school”. Further, the author reveals the theoretical and methodological revolution associated with the theory of prices; describes the fundamental differences between the “Harvard” and “Chicago” schools in terms of assessing the relationship between market structure and the intensity of competition. The article reveals the formation of the doctrine of consumer welfare as the dominant one in antitrust regulation. The consequences of the application of the doctrine of consumer welfare in antitrust regulation are described: the narrowness of ideas about barriers to entry, public welfare; breadth of understanding of competitive forces; ignoring the structural and sectoral characteristics of competition; absolutization of indicators of consumer prices and output volumes. The author gives a negative assessment of the effectiveness of the application of the doctrine of consumer welfare in the antitrust regulation of digital platforms. The paper explains how the focus on consumer welfare has been used by digital platforms to generate gigantic market power. In this context, a criticism of the ideas of the Chicago School in relation to digital markets is presented. Reanimation of ideas and methods of economic structuralism in decision-making within the framework of antimonopoly regulation of monopolistic activities of digital platforms is argued.

Keywords: multisided platforms, antitrust regulation, digital markets, abuse of dominance, structural approach, consumer welfare

For citation: Kovalenko A. Moving Away from Consumer Welfare in the Antitrust of Digital Platforms. *Sovremennaya konkurensiya*=Journal of Modern Competition, 2021, vol.15, no.3, pp.97-105 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0657-2021-15-3-97-105

Введение

П одобно тому, как Древний Рим оставил нам идеи вещных и обязательственных прав, а средневековые Венецианская республика и Англия – концепцию авторского права и интеллектуальной собственности, также и США подарили человечеству концепцию антимонопольного регулирования. Поскольку американские судьи и конгрессмены считаются создателями антимонопольного регулирования как

направления государственного регулирования экономических отношений, долгое время США считались и законодателями моды в сфере антимонопольного регулирования.

Но в последнее время доклады ОЭСР, деятельность Европейской комиссии и даже акты российского антимонопольного ведомства [1–3] показывают, что американский антитраст в какой-то момент остановился в своем развитии и не нашел адекватного ответа вызовам цифровой эпохи [4, 5], что в итоге завершилось созданием круп-

нейших ИТ-монополий на цифровых рынках, представленных Amazon, Apple, Facebook, и Google.

Это цифровые гиганты приобрели практически неограниченную рыночную власть на большинстве цифровых рынков над всеми участниками и представляют угрозу не только инновационному развитию и экономике развитых стран, но и свободе слова, и демократии как таковой [6].

В последнее время все активнее и громче анализируются и объясняются причины такой «задержки в развитии» американско-го антитраста [7].

Настоящая статья имеет своей целью кратко описать новый теоретико-методологический разворот, наблюдаемый сегодня в антимонопольном регулировании США.

В статье будут кратко описаны идеи экономического структурализма, переход от них к теории цены в рамках чикагской школы. Будет объяснено, каким образом этот поворот был использован цифровыми платформами для формирования гигантской рыночной власти. В частности, есть серьезные убеждения в том, что стратегия Amazon разрабатывалась с учетом существующих теоретико-методологических подходов к антимонопольному регулированию США.

Излагается критика идей чикагской школы, применяемых к цифровым рынкам. Раскрывается реанимация идей и методов экономического структурализма при принятии решений в рамках антимонопольного регулирования цифровых рынков. В частности, в отношении многосторонних платформ меняется взгляд на вертикальные направления бизнеса и вертикальную интеграцию. Они порождают конфликт интересов, который разрешается структурным разделением бизнесов платформы.

Структурный подход

За последние сто лет в теории отраслевых рынков и антимонопольном регулировании представление о характере зависи-

мости конкуренции от структуры рынка или структуры рынка от интенсивности конкуренции менялось радикально.

Отправной точкой развития теории отраслевых рынков послужила парадигма «структура – поведение – результат» (structure – conduct – performance, SCP), представленная так называемой гарвардской школой экономического структурализма [8, 9].

В целом экономический структурализм основан на идее о том, что концентрированные рыночные структуры поощряют антиконкурентные формы поведения [10, 11]. Предполагалось, что чем выше рыночная концентрация (меньше продавцов на рынке), тем ниже конкуренция и выше цены. Согласно этой точке зрения рынок, на котором доминирует очень небольшое количество крупных компаний, вероятно, будет менее конкурентным, чем рынок, на котором сосредоточено множество малых и средних компаний. Это происходит, потому что:

1) монополистические и олигополистические рыночные структуры позволяют доминирующим участникам с большей легкостью и тонкостью координировать свои действия, облегчая такие действия, как установление цен, раздел рынка и негласный сговор;

2) монополистические и олигополистические фирмы могут использовать свое существующее доминирование, чтобы блокировать новых участников;

3) монополистические и олигополистические фирмы имеют большую переговорную позицию против потребителей, поставщиков и рабочих, что позволяет им повышать цены и ухудшать качество обслуживания, сохраняя при этом прибыль [7].

Такое понимание конкуренции, основанное на рыночной структуре, было основой антимонопольной мысли и политики на протяжении 1960-х годов.

Придерживаясь этой точки зрения, суды блокировали слияния, которые, по их мнению, приводили бы к антиконкурентным

рыночным структурам. В некоторых случаях это означало прекращение горизонтальных сделок – слияний, объединяющих двух прямых конкурентов, работающих на одном рынке или в одной линейке продуктов, – которые дали бы новому предприятию значительную долю рынка. В других случаях это предполагало отказ от вертикальных слияний компаний, работающих на разных уровнях одной и той же цепочки поставок или производства, что исключало конкуренцию.

В основном этот подход включал контроль не только в отношении размера компании, но и в отношении конфликтов интересов, например если разрешение доминирующему производителю обуви расширяться в розничную торговлю обувью создаст стимул для производителя ставить в невыгодное положение или дискриминировать конкурирующих розничных продавцов.

Революция чикагской школы

Отход от экономического структуризма стал одним из самых значительных изменений в антимонопольном законодательстве и его толковании за последнее столетие.

Структурный взгляд на конкуренцию был заменен теорией цен, и этот сдвиг проявился через изменения в антимонопольной доктрине и ее правоприменении.

Подход чикагской школы к антимонопольному законодательству, получивший широкую известность и авторитет в 1970-х и 1980-х годах, отверг структуристскую точку зрения.

В 1970-е годы подход SCP стал объектом острой критики со стороны представителей чикагской школы, которые доказывали, что ни на теоретическом уровне, ни на уровне эмпирических исследований влияние структуры рынка на конкуренцию не является обоснованным [12, 13].

Чикагская парадигма анализа поведения фирм на рынке – теория цен – исследовала проблему экономического выбора, с которым сталкиваются производящие и потре-

бляющие экономические агенты. Отправной точкой анализа в этом случае служат закономерности принятия оптимизационных решений. Одним из первых исследователей, применивших микроэкономическую теорию к анализу рынков, был Дж. Стиглер [14, 15], который полагал, что микроэкономическая теория, используя эмпирические данные о рынках, должна ответить на вопросы относительно причин и последствий государственной промышленной политики.

Подход чикагской школы основывает свое видение организации отрасли на простой теоретической посылке: «Рациональные экономические акторы, работающие в рамках рынка, стремятся максимизировать прибыль, комбинируя ресурсы наиболее эффективным образом. Неспособность действовать таким образом будет наказана конкурентными силами рынка» [16, с. 107]. В основе этой точки зрения лежит вера в эффективность рынков, движимую максимизирующими прибыль акторами.

По словам Ричарда Познера, суть позиции чикагской школы заключается в том, что «подходящая линза для рассмотрения проблемы антимонопольного законодательства – это теория цен» [17]. Ключевые допущения теории цен заключаются в том, что «кривые спроса имеют наклон вниз, так что увеличение цены продукта снижает спрос на его дополнения, а ресурсы тяготеют к тем областям, где они будут приносить наибольшую прибыль [17, с. 928].

В то время как экономические структуристы считают, что структура отрасли предрасполагает фирмы к определенным формам поведения, которые затем определяют рыночные результаты, чикагская школа предполагает, что рыночные результаты, включая размер фирмы, структуру отрасли и уровни концентрации, отражают взаимодействие отдельных рыночных сил и технических требований [18]. Для чикагской школы «то, что существует, в конечном счете, является лучшим руководством к тому, что должно существовать» [16, с. 104].

Другими словами, экономисты-структуралисты рассматривают отраслевую структуру как отправную точку для понимания динамики рынка, в то время как чикагская школа считает, что отраслевая структура просто отражает такую динамику. Важной альтернативой парадигме SCP стала теория Дж. Саттона [19, 20]: не концентрация влияет на конкуренцию, а конкуренция – на рыночную концентрацию, при этом чем выше конкуренция, тем ниже стимулы входа на рынок и выше концентрация.

На практике переход от структурализма к теории цен имел два основных недостатка для антимонопольного анализа. Во-первых, это привело к значительному сужению концепции входных барьеров. Согласно чикагской школе, преимущества, которыми пользуются традиционные операторы за счет экономики на масштабе, капиталоемкости рынка и дифференциации продукции, не являются барьерами для входа, поскольку эти факторы отражают не более чем «объективные технические требования производства и распределения» [16, с. 105]. Так как многие входные барьеры не учитываются, все фирмы подвергаются угрозе потенциальной конкуренции независимо от количества фирм или уровня концентрации» [16, с. 105]. С этой точки зрения рыночная власть всегда непостоянна, конкурентные силы рынка подвержены быстрым изменениям, и поэтому антимонопольное регулирование требуется редко.

Второе следствие отхода от структурализма – то, что потребительские цены стали доминирующим показателем для оценки конкуренции. Роберт Борк в своей очень влиятельной работе «Парадокс антимонопольного законодательства» [18] утверждал, что единственной нормативной целью антимонопольного законодательства должно быть максимальное повышение благосостояния потребителей, что лучше всего достигается путем содействия экономической эффективности [18, с. 7]. «Единственная цель, которой следует руководствоваться при толковании антимонопольного законодатель-

ства, – это благополучие потребителей. При оценке благосостояния потребителей, наряду с аллокативной эффективностью, необходимо уделять должное внимание производственной эффективности – единственному наиболее важному фактору, влияющему на это благосостояние» [18, с. 405]. Важно отметить, что Р. Борк под благосостоянием потребителя понимал не «излишек потребителя», а общее благосостояние аллокативной эффективности. Однако суды и антимонопольные органы, в значительной степени руководствуясь принципом «оценивай то, что можно измерить», стали оценивать благосостояние потребителя через изменение потребительских цен. В 1979 году Верховный Суд, следуя за работой Борка, объявил, что «Конгресс разработал закон Шермана как “предписание благосостояния потребителей”»¹.

Эта философия нашла свое отражение и в конкурентной политике, и в доктринальной практике. Например, эту новообретенную направленность отразило Руководство согласования слияний 1982 года, выпущенное администрацией Р. Рейгана, – радикальный отход от предыдущего Руководства 1968 года. В Руководстве 1968 года «основная роль» регулирования слияний заключалась в «сохранении и продвижении рыночных структур, способствующих конкуренции»². В Руководстве 1982 года слияниям «не следует позволять создавать или усиливать рыночную власть, определяемую как “способность одной или нескольких фирм прибыльно поддерживать цены выше конкурентных уровней”»³.

Получилось так, что для демонстрации ущерба от антиконкурентных действий

¹ Reiter v Sonotone Corp., 442 U.S. 330, 343 (1979).

² 1968 Merger Guidelines // U.S. DEP'T JUST. 1968. No. 1. URL: <http://perma.cc/884H-BGUH> (дата обращения: 19.07.2021).

³ 1982 Merger Guidelines // U.S. DEP'T JUST. 1982. No. 2. URL: <http://perma.cc/7J32-ZQLY> (дата обращения: 19.07.2021).

теперь требуется показать ущерб благосостоянию потребителей, как правило, в форме роста цен и ограничений выпуска.

Конечно, антимонопольные органы не игнорируют неценовые эффекты полностью. В Руководстве по горизонтальным слияниям 2010 года, например, признается, что усиление рыночной власти может проявляться в виде неценового ущерба, в том числе в форме снижения качества продукции, сокращения ассортимента продукции, сокращения объема услуг или сокращения инноваций⁴.

Тем не менее будет справедливо сказать, что озабоченность по поводу инноваций или неценовых эффектов редко стимулирует и двигает расследования или правоприменительные меры, особенно вне контекста слияния. Легко измеряемые экономические факторы, такие как, например, цены и объем производства на узко определенных рынках, стали непропорционально важными показателями в антимонопольных делах.

Эта переориентация сильно повлияла на понимание хищнического ценообразования и вертикальной интеграции. Чикагская школа утверждает, что «хищническое ценообразование, вертикальная интеграция и связывающие соглашения никогда или почти никогда не снижают благосостояние потребителей» [21, с. 852].

Чикагская школа и цифровые рынки

В связи с изменением юридического мышления и практики в 1970-х и 1980-х годах антимонопольное законодательство стало оценивать конкуренцию в основном с учетом краткосрочных интересов потребителей, а не производителей или состояния рынка в целом; в качестве свидетельства здоровой конкуренции антимонополь-

ная доктрина стала рассматривать только низкие потребительские цены.

По этому показателю Amazon преуспела; она избежала контроля со стороны правительства отчасти из-за того, что посвятила свою бизнес-стратегию и риторику снижению цен для потребителей. Это как если бы Безос наметил рост компании, сначала нарисовав карту антимонопольных законов, а затем разработав пути их плавного обхода. «Со своим миссионерским рвением к потребителям Amazon пошла к монополии, наигрывая мелодию современного антимонопольного законодательства» [7, с. 716].

Концепция общественного благосостояния как целевой ориентир антимонопольного регулирования в какой-то момент через теорию цен сузилась до благосостояния потребителя, измеряемого по розничным ценам.

В какой-то момент мыслители чикагской школы заставили всех смириться с тем, что возможно антиконкурентное поведение доминирующей компании (или антиконкурентное соглашение компаний), приносящее больше эффективности, повышающее выигрыши потребителя за счет снижения цен.

Достаточно доказать прирост выгоды только у потребителя, чтобы рассматриваемую практику признать полезной, экономически эффективной, выгодной и, следовательно, законной. При этом игнорировалось благосостояние создающих рынок компаний.

Мыслители чикагской школы считали, что ни одна фирма не станет прибегать к хищническому ценообразованию, так как это принесет ей прямой убыток, а вертикальные и горизонтальные соглашения и слияния, если они снижают розничные цены, допускаются, согласуются, и их антиконкурентные последствия более не исследуются.

Фигура довольного покупателя, бесплатно использующего цифровые сервисы, спасла ИТ-компании от антимонопольного принуждения.

⁴ Horizontal Merger Guidelines // Department of Justice and the Federal Trade Commission. Aug. 19, 2010. URL: <http://perma.cc/SQ8H-AB7P> (дата обращения: 19.07.2021).

Другая сторона двусторонней платформы

В условиях господства чикагской школы бизнес-модель цифровой двусторонней платформы, соединяющей сторону потребителей со стороной создателей-продавцов, очень хорошо подходила для того, чтобы избегать обвинений в антиконкурентных соображениях и действиях.

Платформа интегрируется в вертикальное направление бизнеса исключительно для того, чтобы доминировать на производных цифровых рынках. Доминирующее положение платформы распространяется в формах злоупотребления на цифровые рынки, на которых поставщики и потребители, привязанные к платформе, сочетаются друг с другом. Но благосостояние потребителя обеспечивается доступными, бесплатными сервисами. Как можно обвинять в монополистической деятельности цифровые платформы, если в результате их действий пользователь получает цифровой сервис бесплатно (в обмен на пользовательские данные и просмотр рекламы)?

Для реализации доктрины общественного благосостояния на цифровых рынках важно помнить, что у платформы не одна сторона, а как минимум две. Платформа оказывает услуги и покупателям, и продавцам одновременно. Однако антимонопольный регулятор фокусируется только на одной стороне – на потребителях, чье благосостояние он будет оценивать для принятия антимонопольного решения. Другая сторона – сообщество независимых инноваторов, сторонних производителей-продавцов, создателей контента – полностью игнорируется при проверке пророста общественного благосостояния.

Самой пострадавшей стороной в платформенной экономике является сторона, создающая идею, рыночное предложение, поставляющая контент, продающая его на цифровом рынке.

Водители страдают от агрегаторов такси, курьеры – от служб доставок, видеоблоге-

ры – от YouTube, интернет-сайты – от Google-поиска, интернет-магазины – от Amazon. Пока на стороне покупателя удобный пользовательский опыт, бесплатный сервис, персональные настройки. На стороне предложения – ограничение свободы творчества, жесткая эксплуатация, полное подчинение, принуждение и вымогательство.

Заключение

Нынешняя теоретико-методологическая основа американского антитраста, в частности приравнивание конкуренции к благосостоянию потребителей, которое обычно измеряется краткосрочным воздействием на цену и объем производства, не в состоянии выявить архитектуру рыночной власти на цифровых рынках XXI века.

Другими словами, потенциальный ущерб конкуренции, связанный с доминированием цифровых платформ, невозможно осознать, если мы оцениваем конкуренцию в первую очередь через цену и объем производства. Сосредоточение внимания на данных показателях вместо этого скрывает от нас потенциальные опасности.

Оценка реальной конкуренции на цифровых рынках онлайн-платформ XXI века требует анализа базовой структуры и динамики рынков.

Вместо того чтобы привязывать конкуренцию к узкому кругу результатов, этот подход должен исследовать сам конкурентный процесс. Этот подход поддерживает идею о том, что власть компании и ее потенциально антиконкурентную природу нельзя полностью понять, не обращая внимания на структуру бизнеса и структурную роль, которую он играет на рынках.

Применение этой идеи включает, например, оценку того, создает ли структура компании определенные антиконкурентные конфликты интересов, может ли она использовать рыночные преимущества в различных сферах бизнеса и поощряет ли структура рынка хищническое поведение.

Список литературы

1. Вртаев Р. С., Гараев Р. З., Коваленко А. И. Злоупотребление доминированием цифровых платформ (на примере дела Google в России) // Современная конкуренция. 2016. Т. 10. № 5 (59). С. 89–141.
2. Коваленко А. И. Сетевой эффект как признак доминирующего положения цифровых платформ // Современная конкуренция. 2020. Т. 14. № 1 (77). С. 18–37. DOI: 10.37791/1993-7598-2020-14-1-18-37.
3. Коваленко А. И. Многосторонние платформы и концепция ключевых мощностей // Современная конкуренция. 2019. Т. 13. № 3 (75). С. 26–34. DOI: 10.24411/1993-7598-2019-10303.
4. Коваленко А. И. Проблематика исследований многосторонних платформ // Современная конкуренция. 2016. Т. 10. № 3 (57). С. 64–90.
5. Коваленко А. И. Ограничения рыночной власти цифровых платформ // Современная конкуренция. 2020. Т. 14. № 2 (78). С. 89–105. DOI: 10.37791/1993-7598-2020-14-2-89-105.
6. Коваленко А. И. Технологические гиганты на цифровых рынках – результат провала регулятора // Современная конкуренция. 2020. Т. 14. № 4 (80). С. 5–24. DOI: 10.37791/1993-7598-2020-14-4-5-24.
7. Khan L. M. Amazon's Antitrust Paradox // Yale Law Journal. 2017. Vol. 126. No. 3. P. 710–805. URL: <https://ssrn.com/abstract=2911742> (дата обращения: 19.07.2021).
8. Bain J. S. Relation of profit rate to industry concentration: American manufacturing 1936–1940 // Quarterly Journal of Economics. 1951. Vol. 65. No. 3. P. 293–324.
9. Concentration and Price / ed. by L. W. Weiss. – Cambridge, MA: MIT Press, 1989. – 567 p.
10. Bain J. S. Industrial organization. John Wiley & Sons Inc., 1968. – 678 p.
11. Bain J. S. Workable Competition in Oligopoly: Theoretical Considerations and Some Empirical Evidence // The American Economic Review. 1950. Vol. 40. No. 2. P. 35–47. URL: <http://www.jstor.org/stable/1818021> (дата обращения: 19.07.2021).
12. Demsetz H. The market concentration doctrine: An examination of evidence and a discussion of policy. – Washington: American Enterprise Institute for Public Policy Research, 1973. Vol. 7. – 30 p.
13. Demsetz H. Industry structure, market rivalry, and public policy // The Journal of Law and Economics. 1973. Vol. 16. No. 1. P. 1–9.
14. Stigler G. Perfect Competition: Historically Contemplated // Journal of Political Economy. 1957. Vol. 65. No. 1. P. 1–17.
15. Stigler G. Theory of Oligopoly // Journal of Political Economy. 1964. Vol. 72. No. 1. P. 44–61.
16. Eisner M. A. Antitrust and the triumph of economics: Institutions, expertise, and policy change. – Chapel Hill: University of North Carolina Press, 1991. – 314 p.
17. Posner R. A. The Chicago school of antitrust analysis // University of Pennsylvania Law Review. 1979. Vol. 127. No. 4. P. 925–948.
18. Bork R. H. The Antitrust Paradox: A Policy At War With Itself. – New York: Basic Books Inc., 1978. – 462 p.
19. Sutton J. Sunk Costs and Market Structure: Price Competition, Advertising and the Evolution of Concentration. MIT Press, 1991. – 577 p.
20. Sutton J. Technology and Market Structure: Theory and History. MIT Press, 1998. – 694 p.
21. Crane D. A. The Tempting of Antitrust: Robert Bork and the goals of antitrust policy // Antitrust Law Journal. 2014. Vol. 79. No. 3. P. 835–853.

Сведения об авторе

Коваленко Александр Иванович, ORCID 0000-0003-3131-6107, канд. экон. наук, доцент, кафедра теории и практики конкуренции, Университет «Синергия», Москва, Россия, alkovalenko@synergy.ru

Статья поступила 26.05.2021, рассмотрена 14.06.2021, принята 25.06.2021

References

1. Vartaev R. S., Garaev R. Z., Kovalenko A. I. Digital platforms dominance abuse (in Google case in Russia). *Sovremennaya konkurenciya*=Journal of Modern Competition, 2016, vol.10, no.5(59), pp.89-141 (in Russian).
2. Kovalenko A. I. Network effect as a sign of dominating position of digital platforms. *Sovremennaya konkurenciya*=Journal of Modern Competition, 2020, vol.14, no.1(77), pp.18-37 (in Russian). DOI: 10.37791/1993-7598-2020-14-1-18-37.
3. Kovalenko A. I. Multi-sided platforms and essential facilities doctrine. *Sovremennaya konkurenciya*=Journal of Modern Competition, 2019, vol.13, no.3(75), pp.26-34 (in Russian). DOI: 10.24411/1993-7598-2019-10303.

4. Kovalenko A. I. Multisided platforms research problematic. *Sovremennaya konkurentsya*=Journal of Modern Competition, 2016, vol.10, no.3(57), pp.64-90 (in Russian).
5. Kovalenko A. I. Limits of market power of digital platforms. *Sovremennaya konkurentsya*=Journal of Modern Competition, 2020, vol.14, no.2(78), pp.89-105 (in Russian). DOI: 10.37791/1993-7598-2020-14-2-89-105.
6. Kovalenko A. I. Technological giants on digital markets as a result of a regulator failure. *Sovremennaya konkurentsya*=Journal of Modern Competition, 2020, vol.14, no.4(80), pp.5-24 (in Russian). DOI: 10.37791/1993-7598-2020-14-4-5-24.
7. Khan L. M. Amazon's Antitrust Paradox. *Yale Law Journal*, 2017, vol.126, no.3, pp.710-805. Available at: <https://ssrn.com/abstract=2911742> (accessed 19.07.2021).
8. Bain J. S. Relation of profit rate to industry concentration: American manufacturing 1936-1940. *Quarterly Journal of Economics*, 1951, vol.65(3), pp.293-324.
9. Concentration and Price. Ed. by L. W. Weiss. Cambridge, MA, MIT Press, 1989, 567 p.
10. Bain J. S. Industrial organization. John Wiley & Sons Inc., 1968, 678 p.
11. Bain J. S. Workable Competition in Oligopoly: Theoretical Considerations and Some Empirical Evidence. *The American Economic Review*, 1950, vol.40, no.2, pp.35-47. Available at: <http://www.jstor.org/stable/1818021> (accessed 19.07.2021).
12. Demsetz H. The market concentration doctrine: An examination of evidence and a discussion of policy. Washington, American Enterprise Institute for Public Policy Research, 1973, vol.7, 30 p.
13. Demsetz H. Industry structure, market rivalry, and public policy. *The Journal of Law and Economics*, 1973, vol.16, no.1, pp.1-9.
14. Stigler G. Perfect Competition: Historically Contemplated. *Journal of Political Economy*, 1957, vol.65, no.1, pp.1-17.
15. Stigler G. Theory of Oligopoly. *Journal of Political Economy*, 1964, vol.72, no.1, pp.44-61.
16. Eisner M. A. Antitrust and the triumph of economics: Institutions, expertise, and policy change. Chapel Hill, University of North Carolina Press, 1991, 314 p.
17. Posner R. A. The Chicago school of antitrust analysis. *University of Pennsylvania Law Review*, 1979, vol.127, no.4, pp.925-948.
18. Bork R. H. *The Antitrust Paradox: A Policy At War With Itself*. New York, Basic Books Inc., 1978, 462 p.
19. Sutton J. Sunk Costs and Market Structure: Price Competition, Advertising and the Evolution of Concentration. MIT Press, 1991, 577 p.
20. Sutton J. *Technology and Market Structure: Theory and History*. MIT Press, 1998, 694 p.
21. Crane D. A. The Tempting of Antitrust: Robert Bork and the goals of antitrust policy. *Antitrust Law Journal*, 2014, vol.79, no.3, pp.835-853.

About the author

Alexander I. Kovalenko, ORCID 0000-0003-3131-6107, Cand. Sci. (Econ.), Associate Professor, Theory and Practice of Competition Department, Synergy University, Moscow, Russian, alkovalenko@synergy.ru

Received 26.05.2021, reviewed 14.06.2021, accepted 25.06.2021