

УДК 330.341.2.

JEL: D4, D47, D42, I28, L12, L22, L4

DOI: 10.31857/S268667300015218-9

Антимонопольная политика в XXI веке: ответ США на вызовы цифровой экономики

Н.М. Розанова

*Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»
(НИУ ВШЭ)*

Российская Федерация, 109028 Москва, Покровский бульвар, 11

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3660-0625> e-mail: nrozanova@hse.ru

Резюме: В статье на основе обобщения американских исследований анализируются тенденции антимонопольной политики США, проявляющиеся в XXI веке в ответ на вызовы, которые ставит перед экономикой и государством цифровая реальность. Речь идёт о том, что многие традиционные инструменты политики поддержки конкуренции не работают в новых условиях, антимонопольное регулирование нуждается в новых подходах и концепциях. Опыт США показывает, каким образом меняются представления антимонопольных органов о релевантном рынке, доминирующей фирме, злоупотреблениях рыночной властью, конкурентных и монопольных эффектах, о соотношении инновации и рыночной власти в цифровой экономике. Новая парадигма антимонопольной политики – исследование условий доминирования, анализ результата поведения фирмы, а не структуры рынка как таковой. Намечается переход от структурного подхода к поведенческому, к условным, а не абсолютным монопольным эффектам, так что антимонопольный орган из карающего инструмента трансформируется в консультанта и координатора развития конкуренции.

Ключевые слова: монополия, конкуренция, монопольные эффекты, рыночная власть, антимонопольная политика, политика поддержки конкуренции, цифровая экономика

Для цитирования: Розанова Н.М. Антимонопольная политика в XXI веке: ответ США на вызовы цифровой экономики *США & Канада: экономика, политика, культура*. 2021; 51 (6):37–49. DOI: 10.31857/S268667300015218-9

Antimonopoly Policy in the 21st Century: US Response to the Challenges of the Digital Economy

Nadezhda M. Rozanova

National Research University "Higher School of Economics" (HSE University)

11, Pokrovsky blvd., 109028 Moscow, Russian Federation.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3660-0625> e-mail: nrozanova@hse.ru

Abstract: The article analyses the latest U.S. research papers in the area of antitrust policy. The key trends and global challenges for U.S. antimonopoly policy in digital economy are provided. Many traditional instruments of competition policy have turned out to be outdated in digital economy. Antitrust regulation needs to be revisited. The U.S. experience that is consid-

ered in the article outlines new topics in this sphere, namely: definition of relevant product market; dominant firm position; abuses of digital market power; competition and monopoly effects in online interactions; innovation and market power under digitalization. A new paradigm in the U.S. antimonopoly policy, that is, investigation of firms' behaviour instead of pure market structure, is considered. The antitrust regulation in the USA is under transformation from a whipping tool into a coordination consultant aimed at development of fair competition under real and virtual rivalry.

Keywords: monopoly, competition, monopoly effects, market power, antitrust policy, digital economy

For citation: Rozanova N.M. Antimonopoly Policy in the 21st Century: The USA Challenge in a Digital World. *USA & Canada: Economics, Politics, Culture*. 2021; 51 (6): 37-49. DOI: 10.31857/S268667300015218-9

ВВЕДЕНИЕ

С момента возникновения интереса государства к регулированию отраслевых рынков Соединённые Штаты находились в передовых рядах борцов с монополизмом. Именно в США в конце XIX – начале XX века были приняты первые антимонопольные законы: Акт Шермана 1890 г. (*Sherman Act*) и Акт Клейтона 1914 г. (*Clayton Antitrust Act*). Именно США в 1960-х годах первыми отказались от жёсткого подхода к антитрестовским делам, сменив метод «буквы закона» на практику «духа закона». Именно США в конце XX века первыми предложили распространять действие политики поддержки конкуренции на глобальные цифровые явления. Что отличает сегодня антимонопольную политику Соединённых Штатов? Какие новые тенденции можно проследить в этой сфере? Обобщение американских исследований монопольных эффектов и антитрестовского регулирования в XXI веке позволяет говорить о формировании новой модели антимонопольной политики в США, отдельные элементы которой могут быть полезны российским специалистам.

РЫНОЧНЫЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

XXI век кардинальным образом меняет наше представление о традиционных основах экономики. Масштабная цифровизация стирает грань между крупными и мелкими компаниями, устраняет одни монопольные формы и порождает другие, стимулирует такие форматы конкурентного и монополистического поведения, которые не получили ещё адекватного отражения в конкурентном законодательстве.

Повсеместное распространение цифровых технологий вносит существенные модификации в рыночные взаимодействия. Как считают исследователи [Karpow L., 2015], во многих случаях осуществление традиционной антимонопольной политики в цифровом мире приводит к худшему результату для потребителей и общественного благосостояния, чем рыночная власть отдельных фирм.

Во-первых, речь идёт о том, что цифровая реальность заставляет пересматривать многие, ранее казавшиеся незыблемыми, представления о **рынке и рыночной власти** фирм.

Что такое *рынок* в цифровой экономике? Цифровые услуги и продукция в сетевом формате очень тесно переплетаются друг с другом, так что сложно установить, где заканчивается один товар и начинается другой. Многие поставщики предоставляют клиентам целый комплекс цифровых продуктов, совокупный пакет цифровых услуг. Пакетность цифрового товара может скрывать монопольные эффекты в виде более высокой цены за отдельные услуги, отказаться от которых либо невозможно, либо нежелательно [Feld H., 2020].

Традиционный критерий товаров-субститутов здесь не работает, поскольку элементы комплексного цифрового продукта не являются взаимозаменяемыми, а рассматриваются как неделимые характеристики единого пакета, хотя и могут предоставляться различными компаниями. Соперничество фирм идёт не в отношении товара или услуги, а по поводу всего товарного набора. Провайдеры инфраструктурных услуг (агрегаторы, транспортные компании, поставщики товаров для электронной торговли, платформенные посредники) обретают громадную власть над партнёрами.

Распространённость информационно-коммуникационных технологий позволяет компаниям объединять производства далеко за пределами традиционных отраслей, формируя *сетевые экосистемы* самого разнообразного типа. Примером могут служить госпитали США, которые функционируют не сами по себе, а как части разветвлённой медицинской экосистемы [Hsieh C., Rossi-Hansberg E., 2019].

Активность экосистем приводит к тому, что участие в глобальной цепочке создания стоимости могут принять и крупные, и мелкие фирмы, формально относящиеся к прежде разным товарным рынкам, но действующие теперь в одном и том же продуктовом кластере. Инвестиции в компьютерное оборудование и ИТ-системы способствуют вертикальной рыночной власти компании-поставщика (или интегратора) на основе факторов специфичности активов в глобальном масштабе [Pattnayak S., Chadha A., 2019].

Во-вторых, акцент делается не на изучении рыночной власти как таковой (которая сама по себе может и не быть антиконкурентной), а на **каналах влияния**, через которые рыночная власть может оказывать воздействие на решения, которые принимают другие фирмы рынка [Karlów L., 2015].

Сегодня антимонопольное законодательство по-разному трактует антиконкурентное поведение на традиционных односторонних рынках и двухсторонних рынках. Как считает американский экономист Д. Карлтон, мы имеем дело с весьма нечётким юридическим и неясным экономическим определением того, что же представляет собой двухсторонний рынок [Carlton D., 2019: 13]. Вопрос многосторонности рынка – это вопрос величины трансакционных издержек. В условиях цифровизации любой рынок трансформируется из традиционного взаимодействия продавца и покупателя в платформенную структуру с важной, если и не ключевой, ролью цифровой платформы-посредника. Платформа сокращает

транзакционные издержки (ТАИ) для участников рынка, особенно в условиях асимметричной информации и высоких рисков недобросовестного поведения контрагента. Чем больше величина ТАИ, тем важнее роль платформы – посредника, тем быстрее рынок перейдет в формат многостороннего взаимодействия.

Пересмотру подлежит **определение рыночной власти**. Как оценить степень воздействия компании на рынок, если традиционные индикаторы не работают в цифровой экономике? В США наблюдается переход от антимонопольного анализа, основанного на оценке рыночной доли компаний (традиционный показатель концентрации и рыночной власти) к оценке влияния той или иной сделки непосредственно на цены для покупателя [Малых С., 2019].

Проводится анализ **условий** деструктивности факторов рыночной власти компаний. Рыночная власть плоха или хороша не сама по себе, а в *контексте*, при исследовании всех сопутствующих параметров. Например, вопрос совместной собственности и аффилированных собственников вызывает споры среди экономистов [Vives X., 2019; Azar J., Schmalz M., Tecu I., 2018; He J., Huang J., 2017]. Перекрёстное владение может оказать и разрушительное (негативное), и конструктивное (положительное) воздействие на инновации и благосостояние потребителей.

Совместная собственность компаний улучшает информационный обмен, способствует более глубокой коллаборации фирм, повышает эффективность совместного управления бизнесом за счёт лучшего использования эффекта масштаба, более тщательного мониторинга активности всех участников; стимулирует компании сокращать затраты и устраняет дублирование инновационных усилий. С другой стороны, совместная собственность, перекрёстное владение акциями и аффилированность повышают не только прибыльность, но и уровень концентрации в отрасли, создают доминирование отдельных компаний на рынке, что может сопровождаться высокими ценами и низкими объемами как части монопольных эффектов. Что окажет более сильное влияние на благосостояние потребителей: ослабление конкуренции или инновационное снижение издержек – это вопрос дискуссионный и подлежит рассмотрению на основе конкретных экономических условий.

В-третьих, наблюдается смена парадигмы в подходах к анализу **концентрации**. XXI век демонстрирует тенденцию к росту концентрации в экономиках развитых стран. В экономике США доля крупнейших фирм в занятости выросла с 67,0% в 1997 г. до 72,4% в 2013 г. [Hsieh C., Rossi-Hansberg E., 2019: 7]. Причины такого явления вызывают жаростные споры среди экономистов. Одни [Loecker J., Eeckhout J., Unger G., 2018; Decker R., Haltiwanger J., Jarmin R., Miranda J., 2017] полагают, что дело здесь в увеличении рыночной власти крупных технологических компаний и ослаблении антимонопольной политики государства. Другие [Hopenhayn H., Neira J., Singhania R., 2018; Syverson C., 2019; Edmond C., Midrigan V., Xu D., 2019] считают, что это – естественный результат развития ИКТ, на котором базируется рост совокупной факторной производительности капитала и труда. Возросшая концентрация – это результат технологических, а

не институциональных причин, и потому не может вызывать озабоченности со стороны органов государственного регулирования.

Исследователи приходят к выводу о том, что рост концентрации на рынке не обязательно означает снижение конкуренции. Антиконтентное поведение следует рассматривать не на основе показателей концентрации, а с точки зрения наличия и величины ущерба для потребителей, поставщиков и конкурентов [Shapiro C., 2019].

Как считает С. Шапиро [Shapiro C., 2018], жёсткость или мягкость антитрестовской политики должна зависеть от того, каков сам **механизм** роста концентрации на рынке. Если увеличение концентрации происходит за счёт реорганизации структуры рынка на основе слияний и поглощений, то это – антиконкурентные действия, которые должны быть подвергнуты самому тщательному анализу со стороны антимонопольных органов. Если же речь идёт о внутреннем росте компании, которая добивается более высокой доли на рынке за счёт технологических инноваций, снижения издержек, повышения управленческой эффективности, то такая активность находится в русле конкурентного формата, не наносит вред потребителям и может быть одобрена государством.

Высококонцентрированные рынки создают проблемы не только для антимонопольной политики, но и для корпоративного управления. Эмпирическое исследование рынков США [Diri M., Lambrinoudakis C., Alhadab M., 2020] показало, что фирмы на концентрированных рынках чаще используют бухгалтерский учёт нарастающим итогом (*accrual accounting*), а не по факту получения дохода (*real earnings management*), что позволяет корпорациям чаще прибегать к бухгалтерским манипуляциям на грани должностной халатности (как минимум) и должностного преступления (как максимум). На концентрированных рынках, где фирмы обладают высокой рыночной властью, меньше вероятность того, что какой-либо участник будет предоставлять инвесторам полностью достоверную информацию о своей деятельности, с которой можно сравнивать другие компании. Здесь меньше стимулов к распространению адекватной информации для привлечения капитала и снижения капитальных затрат.

В конце 1990-х годов компания «Майкрософт» (*Microsoft*) применяла механизм «копилки» (*cookie jar*) в бухгалтерском учёте, который позволял с помощью финансовых резервов нивелировать прибыли от года к году так, чтобы получить стабильную динамику доходности с течением времени. «Гугл» (*Google*) манипулировала своими бухгалтерскими счетами, переводя доходы в налоговые «табачники» для уменьшения общей величины налогов. «Кока-кола» (*Coca Cola*) в начале 2000-х годов дала завышенные сведения о своих активах на величину в 9 млн долл. Финансовый контролер «Пепси кола» (*Pepsi Co.*) нашёл фиктивные счета о продажах на сумму 8,7 млн долл. за период с 1998 по 2009 гг. [Diri M., Lambrinoudakis C., Alhadab M., 2020: 291].

Сопровождающая высокую концентрацию асимметрия информации, в том числе за счёт стратегии создания информационного «шума», затрудняет проведение проверки реальной активности корпорации и мониторинга реальной де-

тельности её менеджеров. Это создаёт почву для злоупотреблений со стороны управляющего состава компаний (без большого риска для их карьеры) и увеличивают власть менеджеров в принятии корпоративных решений. Агентские проблемы усугубляются при высокой концентрации рынка. Таким образом, не только потребители, но и акционеры заинтересованы в эффективной государственной политике поддержки конкуренции.

В-четвёртых, изменяется понятие **доминирования** фирмы на рынке. Более маленькая, но ключевая доля фирмы, может привести к реальному доминированию на рынке. Необходимо применять не только формальные количественные критерии рыночной доли, но и реальное воздействие компании на рынок, на параметры рыночного пространства.

Экономисты полагают, что правила антимонопольной политики XX века ведут к антиконкурентным результатам в XXI веке [Konig K., Yankelevich A., 2018]. Примером может служить принцип сетевой нейтральности, которому пока ещё следуют антимонопольные органы. Принцип сетевого нейтралитета означает, что провайдеры сетевых услуг (телекоммуникационные операторы, интернет-фирмы) индифферентны по отношению к клиентам или целям использования их услуг. Это правило исходит из эпохи изобретения телеграфа в XIX веке, когда телеграммы доставлялись на равных условиях всем, без различия содержания, способа доставки или типа клиента.

Однако в современных условиях придерживаться нейтральности в цифровом мире означает на практике проводить дискриминационную и антиконкурентную политику. Клиентами интернета являются не только индивиды, частные лица, но и в гораздо больших масштабах поставщики контента («Фейсбук» – *Facebook*, «Гугл» – *Google*, «Нетфликс» – *Netflix*), которые используют платформу интернета для доступа к своим собственным потребителям. Формальный сетевой нейтралитет служит механизмом сокрытия негативного отношения или привилегий со стороны провайдеров к определённым веб-сайтам, поставщикам контента, определённым брендам IP-телефонии.

Сетевой нейтралитет означает отсутствие блокировок или ограничений каких-либо сайтов или трафиков, отсутствие приоритетных предоплаченных поставок контента. В реальности клиенты интернета разнятся по своему отношению ко времени использования и объёму трафика. Бывали случаи [1], когда слишком большой трафик коммерческой структуры перекрывал доступ к интернету индивидам в небольших городках (эффект сетевой «пробки»). Если бы интернет-провайдер имел возможность отключать коммерческую фирму или снижать скорость её трафика, то неблагоприятные последствия для других клиентов были бы устранены или, как минимум, смягчены.

ИННОВАЦИИ И РЫНОЧНАЯ ВЛАСТЬ: ХОРОШО ЗАБЫТОЕ СТАРОЕ

Вновь встаёт вопрос о соотношении инноваций и рыночной власти.

Эмпирическое исследование [Akcigit U., Ates S., 2019] показало, что сегодня в США преобладает антиконкурентное использование интеллектуальной собственности. Наблюдается падение скорости и глубины распространения знаний (замедленная диффузия инноваций), более высокая концентрация патентов и лицензий в руках крупных компаний, более жёсткая патентная защита со стороны лидеров рынка.

Выявлена [Ezzeddine S., Hammami M., 2018] нелинейная U-образная взаимосвязь между защитой интеллектуальной собственности (ИС) и технологическими инновациями. Отсутствие или очень малая защита прав ИС не способствует вложениям в НИОКР. Повышение патентной защиты увеличивает интерес компаний к инновациям, поскольку они получают возможность компенсировать свои высокие первоначальные затраты посредством монопольной прибыли от самих инноваций либо от продажи лицензий. Когда же защита ИС становится чрезмерной, очень высокой и очень длительной, фирмы теряют стимулы к исследованиям и разработкам, предпочитая «почивать на лаврах» прошлых инноваций.

Такая же U-образная форма характерна для воздействия конкуренции на инновации [Bloom N., Van Reenen J., Williams H., 2018]. Эмпирические данные свидетельствуют о том, что конкурентное давление вначале оказывает положительное воздействие на инновации, рост конкуренции на первых этапах инновационного процесса сопровождается увеличением инновационной активности фирм. Однако в дальнейшем конкуренция снижает инновации, поскольку вызывает дублирование усилий, излишние затраты на НИОКР, множественное прохождение по одним и тем же неэффективным путям новаций.

Воздействие конкуренции на инновации зависит также от свойств самого товара и товарного рынка [Marshall G., Parra A., 2019]. Как правило, инновационный рынок представлен фирмой – лидером и несколькими фирмами – последователями. Если разрыв между прибылью лидерам и доходностью последователей возрастает при увеличении числа крупных компаний на рынке, то инновации также имеют тенденцию к росту. Если же разрыв сокращается, стимулы к инновациям падают. Действие конкуренции зависит от влияния соперничества на рыночные цены и, следовательно, на соотношение прибылей соперничающих компаний.

Должно ли государство поощрять или запрещать слияния между конкурирующими инновационными компаниями? Когда на рынке вместо двух функционирует одна инновационная фирма, создаются специфические синергетические эффекты. Происходит интернализация внешних эффектов инноваций, снижаются общие затраты на НИОКР (за счёт устранения дублирования и тупиковых ветвей исследования), быстрее распространяются лучшие практики как внутри компаний, так и за её пределами, что ведёт к росту общей производительности инновационных работ. Однако результаты усилий одной команды инноваторов могут

приписываться фирме в целом (или другой стороне), что снижает стимулы разрабатывать инноваций [Federico G., Morton F., Shapiro C., 2019].

Ситуация ещё более запутывается, когда речь идёт о многопродуктовой фирме, действующей на многих рынках. Компания может быть конструктивным инновационным лидером на одном рынке и оказывать разрушительное воздействие на другом. Фирма может являться крупной бизнес-структурой в одной области и мелким соперником в другой. Лучший стимул для инвестиций – угроза потери доминирующей позиции на рынке. Поэтому антимонопольная политика, как считают исследователи, должна действовать очень осторожно, чтобы не блокировать инновационную мотивацию доминирующих агентов.

Ещё одна бизнес-практика в области инноваций вызывает антимонопольную озабоченность. Многие доминирующие фармацевтические фирмы платят небольшим компаниям, выпускающими дженерики их брендовой фармацевтической продукции, дополнительные (часто внушительные) суммы за медленный выход на рынок. Как считают эксперты [Ding Y., Zhao X., 2019], подобная стратегия платы за отсрочку (*pay-for-delay*) позволяет балансировать конкуренцию и инновации. Хотя появление на рынке более дешёвого аналога брендового лекарства происходит более медленными темпами (что снижает благосостояние потребителей), в итоге и мелкие, и крупные компании получают дополнительные стимулы к инвестированию, что расширяет в целом фармацевтическую базу. Поэтому нельзя данную стратегию расценивать только с позиции монопольных эффектов краткосрочного периода.

ПОЛИТИКА ПОДДЕРЖКИ КОНКУРЕНЦИИ: СМЕНА ПАРАДИГМЫ

Новая реальность требует корректировки правил антимонопольной политики. Какие новации мы встречаем в данной сфере в США?

Во-первых, появилась новая область интереса антимонопольной политики – накопление и использование **больших данных**. В классической версии считается, что защита потребителей и антимонопольная политика – две принципиально различные сферы государственного вмешательства. Традиционно антимонопольная политика занимается по преимуществу межфирменными взаимодействиями, а защита прав потребителей – это взаимоотношения между компанией и индивидом. Однако использование больших данных стирает границы между ними, любое межфирменное взаимодействие так или иначе затрагивает интересы отдельного индивида – потребителя [Jin G., Wagman L., 2020].

В цифровую эпоху рынки переполнены информацией. Потребители путем онлайн-поиска пытаются распределить свои редкие ресурсы внимания и времени наилучшим образом. Интерес потребителей создаёт базу больших данных. Но кому принадлежит собственность на эту бизнес-информацию? Не проявляется ли здесь эффект асимметричной информации? Фирма имеет представление о рынке в целом, а клиент – нет.

Поисковые системы порождают скрытую форму монополизма. Обращение индивида к цифровой платформе неявно предполагает, что цифровой посредник предоставляет клиенту наилучшие условия приобретения товара в обмен на свои персональные данные. Однако согласно исследованиям [Barach M., Golden J., Horton J., 2019], платформы не нейтральны и могут направлять покупателей к конкретным, аффилированным с ними, продавцам.

Кроме того, в интернете сложно проверить достоверность информации о товаре, предоставляемой компанией – производителем. Онлайн пространство и информационный «шум» превращают практически любой товар в доверительное благо. Механизм больших данных – это не только инструмент проникновения в частную жизнь людей, это ещё и форма рыночной власти компании. Выбор потребителя в цифровом мире детерминирован не только рекламой, но и той платформой, где эта реклама размещена.

Технологические инновации, развитие приложений, включая мобильные, интернет вещей позволяют сформировать экосистемы по обмену большими данными. Например, в июле 2018 г. проект по развитию экосистемы больших данных был реализован с участием «Майкрософт», «Гугл», «Твитер» (*Twitter*), «Фейсбук» [Borgogno O., Colangelo G., 2019]. Этот проект предполагал открытый обмен данными, перевод их с одной платформы на другую в режиме реального времени. И хотя участники утверждают, что речь идёт о свободном потоке неперсональных данных, антимонопольная настороженность здесь остаётся. В частности, речь идёт об информации со стороны государственных структур, которая также попадает в цифровую базу экосистемы. В экосистему информация от государственных структур поставляется практически бесплатно, а используют её частные компании коммерческим образом.

Во-вторых, ставится вопрос о более активной роли **международных агентств** по защите конкуренции. Наднациональные меры инфраструктурного регулирования могут компенсировать слабость национальных антимонопольных институтов [Auriol E., Estache A., Wren-Lewis L., 2018]. Антимонопольное регулирование в глобальном цифровом мире может быть эффективным, если включает в себя три уровня: локальная политика, национальная политика, глобальная (наднациональная) политика поддержки конкуренции. Наднациональное регулирование помогает преодолеть асимметрию информации между национальным регулятором и транснациональными компаниями.

Наднациональное антимонопольное регулирование укрепляет конкурентные рынки. Об этом, к примеру, свидетельствует сравнение рынков в США и в ЕС [Gutierrez G., Philippon T., 2019]. Европейские рынки оказываются более конкурентными как раз потому, что институции ЕС, отвечающие за антитраст, в большей степени являются независимыми и защищают конкуренцию более решительно. В США компании тратят громадные суммы на политическое лоббирование, (в том числе на смягчение антимонопольного регулирования), которые значительно превышают аналогичную активность фирм в ЕС. Поэтому эконо-

мика США становится более концентрированной, более подвержена монопольному давлению крупных фирм.

В-третьих, всё большее распространение получает концепция **нелинейных эффектов** конкуренции и монополии. В отличие от XX века, когда в антитрасте преобладала линейная точка зрения и считалось, что рост конкуренции однозначно сопровождается положительными следствиями для экономики, а рост монополизма ведёт к однозначно негативным результатам, современная анти-монопольная политика США занята поисками *баланса* между плюсами и минусами рыночной власти крупных фирм [Lamoreaux N., 2019]. Вновь возобладала концепция Р. Познера [Posner R., 1979]: дело не в рыночной доле фирмы как таковой (она может быть и большой, и малой), вопрос заключается в том, наносит ли фирма вред потребителю?

В-четвёртых, признано, что регулирование имеет **свою цену**. В современной экономике прямые затраты на мониторинг деятельности компаний, государственный контроль и наказание виновных сравнительно невелики. Однако, как показывают исследования, регулирование сопровождается значительными косвенными затратами для компаний. Увеличение регуляторных издержек на одно стандартное отклонение (ужесточение регулирования) ведет к росту стоимости привлечения капитала (*cost of capital*) на 3% в год, сокращению объема продаж на 1,5% в год и примерно на 2% в год замедлению роста компании [Calomiris C., Mamaysky H., Yang R., 2020: 19].

Регуляторные риски (риски неожиданного ужесточения законодательства или законодательной практики) представляют собой сегодня едва ли не главную статью расходов для компаний, а так как крупные фирмы справляются с такими издержками лучше и более эффективно управляют рисками, регулятор формирует новый монополизм: в условиях жесткого регулирования выживают как раз крупные игроки. И чем более гибкой является регуляторная политика, тем выше неопределённость для компаний. Опасность непредвиденного и нежелательного изменения государственной политики ведёт к сокращению инвестиций.

В-пятых, пересматривается снисходительное отношение к **малому бизнесу**. Традиционно антимонопольная политика делала исключения для малых и средних компаний, поскольку считалось, что подобные фирмы не могут угрожать конкуренции в силу своего незначительного для рынка размера. Однако цифровизация меняет характер малого бизнеса. Исследования показывают [Karlow L., 2019], что малые фирмы также могут наносить вред конкуренции и потребителям. Регулирование оказывает воздействие не только на регулируемые, но и на нерегулируемые компании, затрагивая их решения в сфере входа на рынок или выхода из отрасли, выбора цены и объёма продаж.

Многие компании формально остаются малыми, чтобы избежать жёсткого антимонопольного регулирования, тогда как реально именно они оказывают ключевое воздействие на рыночные результаты. С другой стороны, небольшие компании не могут использовать прогрессивные технологии в силу больших затрат. Высокий уровень загрязнения, сокращение производства и продаж в кризисные периоды,

низкое качество продукции, отличающие многие фирмы малого бизнеса, означают непропорционально значительный вред малых компаний. Малые компании хуже контролируют вопросы безопасности труда на рабочем месте, дополнительные социальные выплаты работникам, проблемы информационной безопасности и информационной открытости, что создаёт проблемы для общественного благосостояния при отсутствии должного регулирования этих категорий фирм.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Цифровизация меняет, часто радикально, бизнес-модели компаний. Так как грань между монопольными и конкурентными эффектами в цифровой экономике весьма тонка, опыт США показывает, что антимонопольная политика должна быть особенно осторожной и гибкой в вынесении своих вердиктов.

Можно согласиться с американскими экономистами [Berry S., Gaynor M., Morton F., 2019] в том, что задачи антимонопольной политики сегодня заключаются в наблюдении за двумя ключевыми явлениями, блокирующими конкуренцию: (1) мониторинг свободы входа на рынок с тем, чтобы не допустить блокировки входа; (2) уверенность в том, что доминирующие фирмы не проводят политику, создающую помехи деятельности компаний-новичков, угрожающих добросовестному конкурентному процессу.

Политика поддержки конкуренции в новой американской модели приобретает более масштабное значение в качестве доброжелательного консультанта-советника и союзника деловых организаций в противовес своей предыдущей запретительной и наказывающей функции.

ИСТОЧНИКИ

1. Cobb K. (2010). Why net neutrality and "open" internet mandates are bad for consumers. October 21st. Available at: <https://www.atr.org/net-neutrality-open-internet-mandates-bad-a5500> (accessed 11.01.2021).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Малых С.С. (2019). Стратегические альянсы: возможности для инноваций и эффекты для конкуренции // *Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика*. №. 2. С. 64-82.

REFERENCES

Akcigit U., Ates S. (2019). What happened to U.S. business dynamism? *National Bureau of Economic Research. Working Paper 25756*. Available at: <http://www.nber.org/papers/w25756> (accessed 10.01.2021).

Asker J., Collard-Wexler A., De Loecker J. (2017). Market power, production (mis) allocation and OPEC. *National Bureau of Economic Research. Working Paper 23801*. Available at: <http://www.nber.org/papers/w23801> (accessed 10.01.2021).

Auriol E., Estache A., Wren-Lewis L. (2018). Can supranational infrastructure regulation compensate for national institutional weaknesses? *Revue Économique*, vol. 69, no. 6, pp. 913-936.

Azar J., Schmalz M., Tecu I. (2018). Anti-competitive effects of common ownership *Journal of Finance*, vol. 73, no. 4, pp. 1513-1565.

Barach M., Golden J., Horton J. (2019). Steering in online markets: the role of platform incentives and credibility. *National Bureau of Economic Research*. Working Paper 25917. Available at: <http://www.nber.org/papers/w25917> (accessed 12.01.2021).

Berry S., Gaynor M., Morton F. (2019). Do increasing markups matter? Lessons from empirical industrial organization. *National Bureau of Economic Research*. Working Paper 26007. Available at: <http://www.nber.org/papers/w26007> (accessed 12.01.2021).

Bloom N., Van Reenen J., Williams H. (2019). A toolkit of policies to promote innovation. *The Journal of Economic Perspectives*, vol. 33, no. 3, pp. 163-184.

Borgogno O., Colangelo G. (2019). Data sharing and interoperability: fostering innovation and competition through APIs. *Computer Law and Security Review*, vol. 35, no. 105314.

Calomiris C., Mamaysky H., Yang R. (2020). Measuring the cost of regulation: A text-based approach. *National Bureau of Economic Research*. Working Paper 26856. Available at: <http://www.nber.org/papers/w26856> (accessed 15.02.2021).

Carlton D. (2019). Transaction costs and competition policy. *International Journal of Industrial Organization*, Available at: <https://doi.org/10.1016/j.ijindorg.2019.102539> (accessed 15.02.2021).

Decker R., Haltiwanger J., Jarmin R., Miranda J. (2017). Declining dynamism, allocative efficiency, and the productivity slowdown. *American Economic Review*, vol. 107, no. 5, pp. 322-326.

Ding Y., Zhao X. (2019). Pay-for-delay patent settlement, generic entry and welfare. *International Journal of Industrial Organization*, vol. 67, no. 102532.

Diri M., Lambrinoudakis C., Alhadab M. (2020). Corporate governance and earnings management in concentrated markets. *Journal of Business Research*, vol. 108, pp. 291-306.

Edmond C., Midrigan V., Xu D. (2019). How costly are markups? *National Bureau of Economic Research*. Working Paper 24800. Available at: <https://www.nber.org/papers/w24800> (accessed 13.01.2021).

Ezzeddine S., Hammami M. (2018). Nonlinear effects of intellectual property rights on technological innovation. *Journal of Economic Integration*, vol. 33, no. 2, pp. 1337-1362.

Federico G., Morton F., Shapiro C. (2019). Antitrust and innovation: welcoming and protecting disruption. *National Bureau of Economic Research*. Working Paper 26005. Available at: <http://www.nber.org/papers/w26005> (accessed 12.02.2021).

Feld H. (2020). From the telegraph to twitter: The case for the digital platform act. *Computer Law and Security Review*, vol. 36, no. 105378.

Gutierrez G., Philippon T. (2019). How EU markets became more competitive than U.S. markets: A study of institutional drift. *National Bureau of Economic Research*. Working Paper 24700. Available at: <http://www.nber.org/papers/w24700> (accessed 10.02.2021).

He J., Huang J. (2017). Product market competition in a world of cross ownership: Evidence from institutional blockholdings. *Review of Financial Studies*, vol. 30, pp. 2674-2718.

Hopenhayn H., Neira J., Singhania R. (2018). From population growth to firm demographics: Implications for concentration, entrepreneurship and the labor share. *National Bureau of Economic Research*. Working Paper 25382. Available at: <https://www.nber.org/papers/w25382> (accessed 12.02.2021).

Hsieh C., Rossi-Hansberg E. (2019). The industrial revolution in services. *National Bureau of Economic Research*. Working Paper 25968. Available at: <http://www.nber.org/papers/w25968> (accessed 12.02.2021).

Jin G., Wagman L. (2020). Big data at the crossroads of antitrust and consumer protection. *Information Economics and Policy*, Available at: <https://doi.org/10.1016/j.infoecopol.2020.100865> (accessed 12.02.2021).

Kaplow L. (2019). Optimal regulation with exemption. *International Journal of Industrial Organization*, vol. 66, pp. 1-39.

Kaplow L. (2015). Market definition, market power. *National Bureau of Economic Research. Working Paper 21167*. Available at: <http://www.nber.org/papers/w21167> (accessed 14.02.2021).

Konig K., Yankelevich A. (2018). From internet “openness” to “freedom”: How far has the net neutrality pendulum swung? *Utilities Policy*, vol. 54, pp. 37-45.

Lamoreaux N. (2019). The problem of bigness. *The Journal of Economic Perspectives*, vol. 33, no. 3, pp. 94-117.

Loecker J., Eeckhout J., Unger G. (2018). The rise of market power and the macroeconomic implications. *National Bureau of Economic Research. Working Paper 23687*. Available at: <https://www.nber.org/papers/w23687> (accessed 14.02.2021).

Malykh S. (2019). Strategicheskie al'iansy: vozmozhnosti dlia innovatsii i efekty dlia konkurentsii [Strategic alliances: Opportunities for innovation and effects for competition] (In Russ.). *Vestnik Moskovskogo universiteta, Seriya 06. Ekonomika*, no. 2, pp. 64-82.

Marshall G., Parra A. (2019). Innovation and competition: the role of product market. *International Journal of Industrial Organization*, vol. 65, pp. 221-247.

Pattnayak S., Chadha A. (2019). India in global services value chain. *Journal of Southeast Asian Economies*, vol. 36, no. 2, pp. 204-223.

Posner R. (1979). The Chicago school of antitrust analysis. *University of Pennsylvania Law Review*, vol. 127, no. 4, pp. 925-948.

Shapiro C. (2018). Antitrust in a time of populism. *International Journal of Industrial Organization*, vol. 61, pp. 714-748.

Shapiro C. (2019). Protecting competition in the American economy. *The Journal of Economic Perspectives*, vol. 33, no. 3, pp. 69-93.

Syverson C. (2019). Macroeconomics and Market Power: Facts, Potential Explanations and Open Questions. *Journal of Economic Perspectives*, vol. 33, no. 3, pp. 23-43.

Vives X. (2019). Common ownership, market power, and innovation. *International Journal of Industrial Organization*, Available at: <https://doi.org/10.1016/j.ijindorg.2019.102528> (accessed 10.01.2021).

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ / INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

РОЗАНОВА Надежда Михайловна, Nadezhda M. ROZANOVA, Doctor of Science (Economics), Professor, Department of Theoretical Economics, National Research University “Higher School of Economics” (HSE University). 11, Pokrovsky bulvard, Moscow 109028, Russia,

Поступила в редакцию / Received 31.03.2021

Поступила после рецензирования / Revised 15.04.2021

Принята к публикации / Accepted 22.04.2021