

Предустановка мобильных
приложений: вопросы
конкуренции



Обзор новостей

Россия в международном контексте

Россия сохранила свои позиции в глобальном рейтинге конкурентоспособности. Международным институтом управленческого развития (International Institute for Management Development (IMD)), базирующимся в Швейцарии, опубликованы результаты ежегодного глобального исследования конкурентоспособности стран мира¹. По итогам рейтинга 2019 года Россия заняла 45-е место из 63, сохранив результат предыдущего года. В основу рейтинга легли как данные национальной статистики, так и результаты опросов представителей бизнеса. Оценка конкурентоспособности производится по 235 показателям, объединенным в следующие группы: состояние экономики (по данному критерию Россия заняла 31-е место, поднявшись на 7 позиций по сравнению с 2018 годом), государственное управление (47-е место, +5 позиций), деловая среда (53-е место, +1 позиция) и состояние инфраструктуры (37-е место, –2 позиции). Лидерами рейтинга, как и в прошлом году, стали Сингапур, Гонконг и США.

Состояние инвестиционного климата в регионах

Опубликован национальный рейтинг состояния инвестиционного климата в субъектах Российской Федерации. 7 июня на площадке Петербургского международного экономического форума Агентством стратегических инициатив по продвижению новых проектов в очередной раз были представлены 20 лучших регионов в Национальном рейтинге состояния инвестиционного климата в субъектах Российской Федерации. Лидирующую позицию в рейтинге впервые с момента начала его расчета в 2014 году заняла Москва, поднявшаяся на одну позицию по сравнению с прошлым годом. В пятерку лидеров также вошли Республика Татарстан (2-е место, +1 позиция по сравнению с 2018 годом), Тюменская (3-е место, –2 позиции), Калужская (4-е место, +9 позиций) области и Санкт-Петербург (5-е место, –1 позиция). Впервые в топ-20 попали Новгородская и Смоленская области, с 23-го на 16-е место поднялась Республика Башкортостан. В 2019 году из «двадцатки» выбыли Хабаровский край, Калининградская и Свердловская области. Оценка регионов осуществлялась по 4 направлениям: (1) «Регуляторная среда» (качество предоставления государственных услуг для бизнеса); (2) «Институты для бизнеса» (наличие и качество инструментов защиты и улучшения инвестиционной среды); (3) «Инфраструктура и ресурсы» (развитие инфраструктуры и доступность ресурсов для ведения предпринимательской и инвестиционной деятельности); (4) «Поддержка малого предпринимательства» (уровень развития и эффективность мер поддержки малого бизнеса).

¹ The IMD World Competitiveness Ranking <https://worldcompetitiveness.imd.org/rankings/wcy>.

Конкурентная политика

В России завершен процесс отмены внутрисетевого роуминга. С 1 июня 2019 г. вступил в силу Федеральный закон от 27 декабря 2018 г. № 527-ФЗ «О внесении изменений в статьи 46 и 54 Федерального закона «О связи», предусматривающий отмену внутрисетевого роуминга на территории Российской Федерации. Законом закрепляется, что операторы мобильной связи в своей сети должны устанавливать одинаковые условия оказания услуг каждому абоненту независимо от того, на территории какого субъекта Российской Федерации он находится. Также вводится требование о бесплатных входящих голосовых соединениях в национальном роуминге. В связи с указанными нововведениями Постановлением Правительства Российской Федерации от 27 мая 2019 г. № 665 внесены изменения в Правила оказания услуг телефонной связи.

Утверждена новая редакция стандарта развития конкуренции в субъектах Российской Федерации. Распоряжением Правительства Российской Федерации от 17 апреля 2019 г. № 768-р утверждена новая редакция стандарта развития конкуренции в субъектах Российской Федерации. Основной новеллой документа является закрепление перечня рынков для содействия развитию конкуренции в регионах и ключевых показателей по доле частных организаций на этих рынках. В новой версии стандарта также предусмотрена возможность проведения исследования межрегиональных границ товарных рынков в рамках ежегодного мониторинга состояния и развития конкуренции, уточнены требования к «дорожным картам» по содействию развитию конкуренции, предусмотрена возможность проектного подхода при их исполнении, а также расширен перечень системных мероприятий, включаемых в «дорожные карты». Полномочия по оценке эффективности внедрения стандарта в регионах возложены на Минэкономразвития России.

Государственные закупки

Принят закон об упрощении процедур проведения государственных закупок. С 1 июля 2019 г. вступит в силу Федеральный закон от 1 мая 2019 г. № 71-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд», которым предусматривается, в том числе: отмена планов закупок и сокращение срока внесения изменений в план-график; возможность осуществления закупки по цене за единицу товара, работы, услуги; со 100 тыс. рублей до 300 тыс. рублей увеличена сумма, в пределах которой заказчик вправе осуществить закупку у единственного поставщика (подрядчика, исполнителя); расширяется возможность применения «короткого» электронного аукциона, когда извещение о его проведении размещается в ЕИС в сфере закупок не менее чем за семь дней до даты окончания срока подачи заявок на участие в аукционе.

В фокусе

Предустановка мобильных приложений: вопросы конкуренции

Волна дел в мире против крупнейших компаний — владельцев операционных систем (Microsoft и Google) по вопросу злоупотребления ими своим доминирующим положением, которое в частности выражается в установлении ограничивающих условий по предустановке ПО на устройства на базе соответствующих операционных систем, поставила на повестку дня вопрос об оценке влияния использования канала предустановки на состояние конкуренции на рынках ПО. Опыт рассмотрения аналогичных дел в России послужил основой для формирования позиции и разработки ФАС России концепции изменения федерального законодательства в части установления требований по предустановке отечественных мобильных приложений на абонентские устройства, реализуемые на территории Российской Федерации. В рамках данного бюллетеня рассмотрены особенности условий для развития конкуренции на рынках мобильных приложений и возможного государственного вмешательства.

Во исполнение пунктов 6, 7 раздела VII Плана мероприятий («дорожной карты») по развитию конкуренции в отраслях экономики Российской Федерации и переходу отдельных сфер естественных монополий из состояния естественной монополии в состояние конкурентного рынка на 2018-2020 годы, утвержденного распоряжением Правительства Российской Федерации от 16 августа 2018 г. № 1697-р, ФАС России была разработана Концепция изменения федерального законодательства в части установления требований по предустановке отечественных приложений на абонентские устройства, реализуемые на территории Российской Федерации (далее — Концепция). Концепция предусматривает предустановку определенного перечня классов приложений, таких как приложения, обеспечивающие возможность поиска в сети Интернет, программы геопозиционирования, социальные сети, мессенджеры, а также антивирусные программы².

При разработке Концепции регулятором был использован подход, применяемый в инфраструктурных областях при принятии правил недискриминационного доступа. ФАС России указывает на то, что в условиях цифровой среды доступ к операционным

² В соответствии с версией Концепции от 1 февраля 2019 г.

системам для разработчиков мобильных приложений является не менее важным вопросом, чем доступ к инфраструктуре естественных монополий. При этом речь идет в большей степени не о возможности российских поставщиков ПО войти на рынок (что, в частности, обеспечивается посредством магазинов приложений), а об обеспечении сближения условий доступа отечественных производителей и транснациональных компаний к каналам предустановки ПО на абонентские устройства.

В то же время рынки мобильных приложений для пользовательского оборудования преимущественно являются конкурентными (на рынках присутствует довольно широкий перечень разработчиков ПО), что ставит под вопрос возможность применения к ним принципов регулирования, традиционных для естественно-монопольных сфер экономики. Регуляторное вмешательство в данную сферу предназначено, с одной стороны, содействовать развитию конкуренции среди производителей прикладного ПО, с другой стороны, сохранить привлекательность российского рынка для производителей операционных систем и оборудования.

Специфика рынков мобильных приложений

В 2018 году объем установок мобильных приложений посредством магазинов приложений во всем мире возрос почти на 11% по сравнению с предыдущим годом и достиг 194 млрд, при этом в совокупности пользователи потратили в магазинах приложений около 101 млрд долларов (+17% к аналогичному показателю 2017 года) (Рисунок 1). Как отмечается в докладе Европейского парламента, сфера разработки прикладного ПО для мобильных устройств в последние годы является одной из наиболее динамично развивающихся и растущих, чему способствует как постоянный рост производительности оборудования, так и увеличение доступности, скорости и стабильности интернет-соединения³.

При анализе состояния конкуренции, а также принятии решения о необходимости регуляторного вмешательства на рынки мобильных приложений необходимо учитывать ряд специфических характеристик соответствующих рынков, в том числе:

1. Продуктовые границы

В соответствии с пунктом 3.5 Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке (приказ ФАС России от 28 апреля 2010 г. № 220) при определении продуктовых границ рынков учитывается совокупность характеристик товара, таких как функциональное назначение, качественные и технические характеристики, его применение, цена, условия реализации и пр. Так, в настоящее время только в зависимости от функционала магазин приложений Apple App Store подразделяет все

³ European Parliamentary Research Service. European app economy. State of play, challenges and EU policy, 2018 [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2018/621894/EPRS_BRI\(2018\)621894_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2018/621894/EPRS_BRI(2018)621894_EN.pdf).

приложения на 24 различные укрупненные категории, Google Play — на 34 категории⁴. Как было отмечено Европейской комиссией в решении по сделке о покупке Facebook мессенджера WhatsApp, при определении границ рынков мобильных приложений помимо функционала и потребительских свойств отдельного анализа требует вопрос о дальнейшей сегментации рынков в зависимости от типов устройств (смартфоны, планшетные компьютеры и др.) и операционных систем⁵.

Рисунок 1

Оценки объема мирового рынка мобильных приложений за 2015-2018 годы



Источник: Аналитический центр по данным компании App Annie⁶.

* В совокупности по Apple App Store, Google Play и независимым магазинам приложений для Android.

** Расходы потребителей в Apple App Store, Google Play и независимых магазинах приложений для Android с учетом доли от расходов потребителей, взимаемой магазином приложений, и без учета доходов от рекламы и электронной коммерции.

2. Географические границы

Распространение ПО не требует расходов на транспортировку, а сами приложения конкретного производителя, предлагаемые потребителям в разных регионах, преимущественно обладают схожими характеристиками (ценой, качеством, функционалом и техническими возможностями). Так, ввиду того, что условия конкуренции на цифровых рынках, в том числе рынках мобильных приложений, существенно не зависят от территории, Европейская комиссия в основном

⁴ По данным на 31 мая 2019 г.

⁵ European Commission decision of 03.10.2014 (Case M.7217 — Facebook/ WhatsApp) http://ec.europa.eu/competition/elojade/isef/case_details.cfm?proc_code=2_M_7217.

⁶ App Annie. Ретроспективный отчет за 2018 год, 2019. <https://www.appannie.com/ru/insights/market-data/the-state-of-mobile-2019/>, App Annie. Ретроспективный отчет за 2017 год, 2018. <https://www.appannie.com/ru/insights/market-data/app-annie-2017-retrospective/>.

рассматривает их географические границы достаточно широко, поясняя, что такие рынки охватывают территорию Европейской экономической зоны или даже являются глобальными⁷.

В то же время ФАС России при анализе границ рынка в деле Google отмечено, что в качестве основных факторов, ограничивающих распространение приложения, можно считать язык его интерфейса и необходимость соблюдать требования национального законодательства. Так, при анализе конкуренции на рынке предустановливаемых магазинов приложений для Android, локализованных для распространения на территории Российской Федерации, антимонопольное ведомство указало на необходимость рассмотрения соответствующего рынка в страновом контексте, несмотря на его глобальный характер. Вывод, в частности, подкрепляется тем фактом, что в рамках многосторонней платформы ОС Android, частью которой являются предустановливаемые магазины приложений, монетизация в большей степени происходит за счет рекламы и в меньшей степени за счет распространения приложений посредством магазина; при этом оба эти рынка являются национальными (или, как минимум, ограничены зонами распространения соответствующих языков).

3. Каналы доступа на рынок

Рассматривая рынки прикладного ПО для мобильных устройств, можно выделить ряд основных используемых разработчиками каналов реализации приложений конечным потребителям:

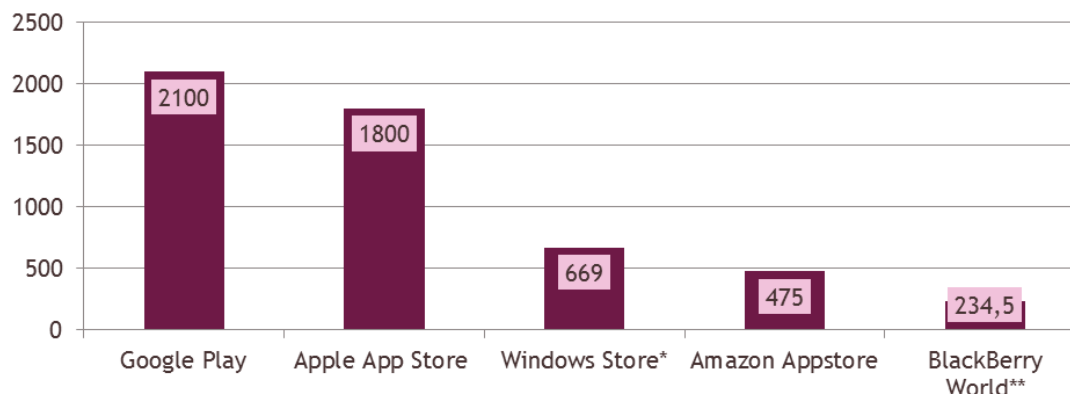
- *Реализация посредством магазинов приложений.* Для подавляющего числа потребителей именно использование магазинов приложений является основным способом поиска, приобретения, скачивания и обновления мобильных приложений. Стоит заметить, что на устройства на базе iOS официально возможна установка приложений только из магазина Apple App Store. По состоянию на I квартал 2019 года Apple App Store является вторым по величине магазином приложений с почти 1,8 млн доступных приложений. Первое место занимает Google Play, в котором доступно 2,1 млн приложений (Рисунок 2).
- *Реализация напрямую с сайта разработчика или иных источников.* Данные каналы реализации используются гораздо реже. В частности, в анализе, проведенном ФАС России в рамках дела Google, указывается, что несмотря на наличие у пользователей возможности загрузки приложений из иных источников помимо магазинов приложений, в системе Android предусмотрен ряд барьеров, препятствующих этому (предупреждение о том, что загружаемое

⁷ См., к примеру, European Commission decision of 06.09.2018 (Case M.8788 — Apple/Shazam) http://ec.europa.eu/competition/elojade/isef/case_details.cfm?proc_code=2_M_8788 и European Commission decision of 07.10.2011 (Case M.6281 — Microsoft/Skype) http://ec.europa.eu/competition/elojade/isef/case_details.cfm?proc_code=2_M_6281.

ПО может представлять угрозу для устройств, или необходимость дополнительной настройки телефона для открытия возможности установки стороннего приложения).

Рисунок 2

Количество приложений, доступных для загрузки в ведущих магазинах приложений по состоянию на I квартал 2019 г., тыс.



Источник: Statista⁸.

* Количество приложений в Windows Phone Store приведено по состоянию на март 2016 г. и включает в себя приложения для телефонов, настольных компьютеров и планшетов.

** Данные по количеству приложений в BlackBerry World приведены по состоянию на июнь 2014 г. В декабре 2017 г. было объявлено, что BlackBerry закроет свой магазин приложений BlackBerry World 31 декабря 2019 г.

- *Предустановка приложений на устройства.* Необходимо отметить, что бизнес-модель компании Apple не предусматривает возможности предустановки сторонних приложений на устройства на базе iOS, поэтому при анализе данного канала распространения ПО речь идет преимущественно об устройствах на базе Android⁹.

Предустановка как способ обеспечения конкурентного преимущества и продвижения приложений

Эффективность предустановки ПО на устройства как канала продвижения приложений обуславливается следующими факторами:

- Использование данного канала гарантирует значительный охват аудитории (предварительная установка приложения на большом количестве устройств).
- Более половины пользователей ведут себя пассивно и склонны принимать вариант, установленный «по умолчанию», как минимум к базовым приложениям, обеспечивающим основные функции устройства. О том, что

⁸ Statista. Number of apps available in leading app stores as of 1st quarter 2019 <https://www.statista.com/statistics/276623/number-of-apps-available-in-leading-app-stores/>.

⁹ См., в частности, перечень предустановленных приложений на устройства на базе операционной системы iOS12 <https://support.apple.com/en-ug/HT207880>.

потребители в целом не склонны устанавливать приложения самостоятельно, если приложения такой же функциональности уже предустановлены производителями мобильных устройств, говорят результаты социологического опроса ВЦИОМ, проведенного в рамках расследования антимонопольного дела в отношении Google (большинство респондентов (67,2%) не меняли поисковую систему, установленную по умолчанию в браузере смартфона)¹⁰. О склонности потребителей соглашаться на опцию «по умолчанию» также свидетельствуют результаты исследований в сфере поведенческой экономики¹¹.

- Издержки переключения на иное мобильное приложение для потребителей с низкими навыками использования мобильных устройств (например, время, необходимое для того, чтобы разобраться в функционале магазина приложений)¹².

Эффект предустановки, в частности, может быть усилен невозможностью удаления приложения, а также его размещением в наиболее используемых местах экрана устройства, к примеру на главном («домашнем») экране¹³. Необходимо при этом отметить, что производители оборудования заинтересованы в предоставлении пользователям возможности самостоятельно регулировать настройки и объем свободной памяти устройств, о чем свидетельствует опыт компании Apple, которая с 2017 года предусмотрела функцию «деинсталляции» встроенных приложения, которая дополнительно влечёт удаление ресурсных файлов данных приложения (соответствующая возможность предусматривается с версии операционной системы iOS 11). На данный момент 2/3 встроенных приложений на устройствах с iOS являются удаляемыми¹⁴.

В качестве доказательства эффективности канала предустановки в рамках разбирательства в отношении Google Европейская комиссия приводит статистику использования поискового сервиса Google Search на различных устройствах. Так, по данным на 2016 год, на устройствах на базе операционной системы Android (с предустановленным поиском Google Search и браузером Chrome) более 95% всех поисковых запросов выполнялись с помощью поиска Google, в то время как на устройствах Windows Mobile, где Google Search и Chrome предварительно не

¹⁰ Решение и предписание ФАС России по делу Google № 1-14-21/00-11-15 от 5 октября 2015 г. <https://br.fas.gov.ru/ca/upravlenie-regulirovaniya-svyazi-i-informatsionnyh-tehnologiy/ad-54066-15/>.

¹¹ Behavioral Economics Guide. Default (option/setting) <https://www.behavioraleconomics.com/resources/mini-encyclopedia-of-be/default-optionsetting/>.

¹² Australian Competition and Consumer Commission. Digital Platforms Inquiry, 2018. <https://www.accc.gov.au/system/files/ACCC%20Digital%20Platforms%20Inquiry%20-%20Preliminary%20Report.pdf>.

¹³ Решение и предписание ФАС России по делу Google № 1-14-21/00-11-15 от 5 октября 2015 г. <https://br.fas.gov.ru/ca/upravlenie-regulirovaniya-svyazi-i-informatsionnyh-tehnologiy/ad-54066-15/>.

¹⁴ Delete built-in Apple apps on your iOS 12 or later device or Apple Watch <https://support.apple.com/en-us/HT208094>.

установлены, с помощью поисковой системы Google выполняется менее 25% запросов (более 75% поисковых запросов выполнялись в поисковой системе Microsoft Bing)¹⁵.

В пользу эффективности предустановки как способа продвижения мобильных приложений свидетельствует и практика реализации мирового соглашения ФАС России с Google¹⁶. Соглашение, в частности, включало в себя условие о разработке для устройств, которые находятся в обращении на территории Российской Федерации, активного «окна выбора» для браузера Chrome, которое позволяет пользователю выбрать поисковую систему «по умолчанию». Как отмечается антимонопольным ведомством, с тех пор, как потребителю наглядно предлагается выбор поискового сервиса (за период с августа 2017 г.¹⁷ по февраль 2019 г.) доля российского разработчика на рынке поиска выросла с 37% до 49% на мобильных устройствах на ОС Android.

Преимущества предустановки приложений на большое количество устройств для самих разработчиков ПО связаны также с увеличением узнаваемости бренда и лояльности к нему пользователей¹⁸.

Косвенным образом о преимуществах предустановки перед иными способами реализации приложений свидетельствует и стоимость доступа к данному каналу. Как отмечается Австралийской комиссией по вопросам конкуренции и защиты потребителей (АССС), а также группой экспертов по конкуренции на цифровых рынках при Правительстве Великобритании со ссылкой на источники в СМИ, ежегодно корпорация Google платит миллиарды долларов Apple за установку «по умолчанию» поисковой системы Google Search в браузере Safari¹⁹.

Факторы, снижающие эффективность предустановки

В то же время, несмотря на наличие предустановленных приложений, у конечных пользователей устройств сохраняется возможность как изменять начальные настройки, отключать или удалять предустановленные приложения, так и устанавливать иные приложения. Так, исследование, проведенное при поддержке Google в ЕС в 2016 году,

¹⁵ European Commission — Press release, 18 July 2018 http://europa.eu/rapid/press-release_IP-18-4581_en.htm.

¹⁶ 17 апреля 2017 г. ФАС России и корпорация Google заключили мировое соглашение по итогам антимонопольного разбирательства в отношении корпорации, которая была признана злоупотребившей доминирующим положением на рынке предустановленных магазинов приложений для ОС Android <https://fas.gov.ru/news/1953>.

¹⁷ Коммерсант. Google Chrome позволит выбирать поиск, 2017 <https://www.kommersant.ru/doc/3373439>.

¹⁸ «ЛитРес»: предустановка на смартфонах принесла нам 13,1% дохода в феврале, 2015 <https://roem.ru/26-03-2015/189794/litres-preinstall/>.

¹⁹ Australian Competition and Consumer Commission. Digital Platforms Inquiry, 2018 <https://www.accc.gov.au/system/files/ACCC%20Digital%20Platforms%20Inquiry%20-%20Preliminary%20Report.pdf>, Digital Competition Expert Panel. Unlocking digital competition, 2019 https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/785547/unlocking_digital_competition_furman_review_web.pdf.

свидетельствует о том, что наличие предустановленного набора приложений компании не блокирует возможность использования и доминирования в определенных сегментах конкурирующих приложений. В том числе указывается, что 44% пользователей изменяют используемые «по умолчанию» приложения (к примеру, изменяют используемый по умолчанию интернет-браузер или поисковую систему)²⁰, что в целом соотносится с результатами аналогичного исследования ВЦИОМ²¹.

Предустановка, как и иные способы продвижения продукции, может быть более или менее эффективна в зависимости от множества факторов, таких как место на экране устройства, наличие возможности удаления, специфика самого рынка приложений и круга его потенциальных потребителей. В частности, эффективность канала предустановки как способа получения конкурентного преимущества на ряде рынков мобильных приложений может быть снижена ввиду следующих факторов:

- наличие высоких барьеров для расширения (экспансии) использования предустановленного приложения, связанных с присутствием на рынке иных крупных игроков и значительных сетевых эффектов (наиболее ярким примером в данном случае являются социальные сети);
- наличие у пользователей устоявшихся предпочтений в отношении использования ряда приложений, обусловленных в том числе привычным интерфейсом, возможными рисками потери персональных данных и истории пользования сервисом при переключении на предустановленное ПО.

О рисках неэффективности канала предустановки может косвенным образом свидетельствовать распространенная практика использования потребителями при покупке нового устройства возможности восстановления данных, в том числе установленных ранее приложений, из резервной копии.

В делах в отношении корпорации Microsoft и Facebook Еврокомиссия указывала, что эффективность предустановки и ее влияние на состояние конкуренции на рынке зависит от величины издержек переключения потребителей на иные (конкурирующие) приложения или использования одновременно нескольких аналогичных приложений различных производителей (multi-home).

Так, при анализе покупки Skype корпорацией Microsoft²² европейским регулятором выявлено, что предустановка Skype на компьютеры на базе Windows значительно не

²⁰ Опрос, проведенный в Европе в 2016 году Application Developers Alliance при участии Google. В опросе приняли участие около 4000 владельцев телефонов на ОС Android <http://en.miui.com/thread-414995-1-1.html>, <https://marketingland.com/european-survey-finds-70-percent-android-owners-want-pre-installed-apps-198469>.

²¹ Решение и предписание ФАС России по делу Google № 1-14-21/00-11-15 от 5 октября 2015 г. <https://br.fas.gov.ru/ca/upravlenie-regulirovaniya-svyazi-i-informatsionnyh-tehnologiy/ad-54066-15/>.

²² European Commission decision of 07.10.2011 (Case M.6281 — Microsoft/Skype) http://ec.europa.eu/competition/eojade/isef/case_details.cfm?proc_code=2_M_6281.

повлияла на рыночную долю и аудиторию приложения как из-за наличия множества альтернативных приложений связи, доступных посредством иных каналов (в том числе загрузки из сети Интернет), так и ввиду роста популярности среди потребителей использования для видеозвонков иных устройств (смартфонов и планшетных компьютеров). В пользу низкого эффекта предустановки в данном кейсе были приведены также следующие аргументы:

- малая доля покупателей компьютеров, на которых предварительно установлен клиент Skype, регистрируются в качестве новых пользователей сервиса (точные значения в решении не указаны);
- малая доля из всех зарегистрированных пользователей Skype использует версии данного программного обеспечения, которые были предварительно установлены производителями оборудования (точные значения не указаны);
- если Skype начнет взимать плату за пользование бесплатными функциями приложения или прекратит внедрение инноваций и развитие сервиса, то потребители, вероятнее всего, переключатся на конкурирующее ПО.

В целом, для каждого отдельного рынка мобильных приложений эффект от предустановки может отличаться, что обуславливает необходимость дополнительного анализа последствий использования данного инструмента продвижения различных типов приложений для конкуренции. В частности, несмотря на присущую потребителям инерцию в использовании операционных систем и ПО, установленного «по умолчанию», эффект от данного канала будет существенно зависеть как от параметров самой предустановки (таких как возможность удаления, место размещения на экране и количество устройств, на которое предустановлено ПО), так и от характеристик анализируемого рынка (таких как барьеры экспансии, издержки переключения пользователей или готовность использовать несколько приложений одновременно).

Рынки ряда базовых мобильных приложений менее конкурентны чем другие. А ввиду имеющихся возможностей монетизации этих приложений вопрос злоупотребления доминирующим положением на таких рынках в мировой практике часто становится предметом для антимонопольных разбирательств. В свою очередь немаловажную роль в этих разбирательствах отводится операционным системам, как важнейшей инфраструктуре, определяющей границы рынка для производителей ПО. Именно такие предпосылки легли в основу Концепции ФАС России.

Предустановка как объект внимания антимонопольного регулирования

Само по себе использование канала предустановки не является нарушением антимонопольного законодательства. Потребителям выгодно наличие на устройстве предварительно загруженных наборов приложений, позволяющих в полной мере использовать все функции аппаратной части устройства, включая все самые новые и передовые («out-of-box experience»). В то же время предустановка наиболее популярных приложений выгодна и производителям мобильных устройств. К примеру, в рамках обсуждения Концепции ФАС России в Аналитическом центре²³ представитель компании Huawei сообщила, что компания заинтересована в предустановке российского софта с целью адаптировать продукцию для российского рынка и удовлетворить требования потребителей. По данным компании, число предустановленных российских приложений на устройствах Huawei возросло от двух в 2016 году до пяти в 2019 году, в число которых, в частности, входят браузер и приложение геопозиционирования.

В то же время предустановка является предметом пристального внимания со стороны антимонопольных ведомств, ввиду возможных антиконкурентных эффектов использования данного канала распространения приложений.

Антимонопольные ведомства имеют опыт анализа использования предустановки приложений и ее влияния на конкуренцию в рамках антимонопольных разбирательств (к примеру, дела в отношении Microsoft в России, ЕС и США). Ниже на примере антимонопольных дел в отношении корпорации Google более подробно рассмотрена практика проведения подобного анализа.

Дела в отношении Google

В настоящее время рассмотрение дел в отношении корпорации Google по вопросу злоупотребления компанией своим доминирующим положением, выразившемся в установлении связывающих и ограничивающих условий для производителей смартфонов по предустановке приложений Google на устройства на базе операционной системы Android, завершено в России²⁴ и Европейском союзе²⁵ (Таблица 1).

²³ 17 апреля 2019 г. по инициативе Минкомсвязи России в Аналитическом центре состоялось экспертное обсуждение Концепции ФАС России о предустановке российского ПО на абонентские устройства <http://ac.gov.ru/events/021736.html>.

²⁴ Решение и предписание ФАС России по делу Google № 1-14-21/00-11-15 от 5 октября 2015 г. <https://br.fas.gov.ru/ca/upravlenie-regulirovaniya-svyazi-i-informatsionnyh-tehnologiy/ad-54066-15/>.

²⁵ European Commission — Press release, 18 July 2018 http://europa.eu/rapid/press-release_IP-18-4581_en.htm.

Таблица 1

Подходы ФАС России и Европейской комиссии к анализу дел в отношении Google

	ФАС России	Еврокомиссия
Анализируемый период	с 2012 по 2014 год	с 2011 по 2014 год
Рынки, на которых был установлен факт доминирования	Рынок предустанавливаемых магазинов приложений для Android, локализованных для России	1. Рынок интернет-поиска. 2. Рынок лицензируемых операционных систем для мобильных устройств. 3. Рынок магазинов приложений для Android
Географические границы рынка	Рынок рассматривался в страновом контексте	Рынок интернет-поиска рассматривался в границах Еврозоны, в то время как другие два рынка рассматривались в глобальном масштабе (за исключением рынка Китая)
Антиконкурентная практика Google	Установление требований к производителям устройства на базе Android при предустановке Google Play по: 1) предустановке совместно с магазином приложений Google Play иных приложений Google; 2) обязательной предустановке и/или настройке Google Search в качестве поисковой системы «по умолчанию»; 3) обязательному размещению приложений Google в определенных местах на экране устройства; 4) соблюдению запрета на предустановку приложений, продуктов, сервисов конкурентов, в том числе обеспеченного предоставлением со стороны Google вознаграждения или иного материального стимулирования	1. Установление требования к производителям устройств на базе Android по предустановке Google Search и браузер Chrome при лицензировании использования магазина приложений Google Play. 2. Финансовое поощрение производителей устройств и мобильных операторов в обмен на установку поиска Google как единственного, доступного «по умолчанию». 3. Создание препятствий для производителей, желающих предустановить приложения Google, к выпуску мобильных устройств с другими операционными системами, основанными на открытом коде Android
Итоги рассмотрения дела	Google назначен штраф в размере 438 млн рублей, а также выдано предписание по прекращению антиконкурентной практики. Корпорация безуспешно пыталась оспорить решение ФАС России. В итоге в апреле 2017 г. дело закончилось заключением мирового соглашения (Google согласился выплатить назначенный штраф, а также изменить соглашения с производителями и разработать «окно выбора» для браузера Chrome, позволяющее пользователю выбрать поисковую систему «по умолчанию»)	Google назначен штраф в размере 4,34 млрд евро, а также выдано предписание по прекращению антиконкурентной практики. Компании было дано 90 дней на исполнение предписания. В противном случае Google надлежало выплатить штраф в размере до 5% от ежедневного дохода своей материнской компании Alphabet. Корпорация согласилась выполнить условия регулятора, однако в октябре 2018 г. подала апелляцию на решение Еврокомиссии в Европейский суд общей юрисдикции ²⁶

²⁶ The Keyword, Google's Blog. Complying with the EC's Android decision, 2018
<https://www.blog.google/around-the-globe/google-europe/complying-ecs-android-decision/>.

Решение ФАС России по данному делу было вынесено еще в 2015 году, в то время как Еврокомиссия завершила аналогичное разбирательство только в 2018 году²⁷. В обоих кейсах основные претензии регуляторы предъявляли к условиям, установленным Google в лицензионных соглашениях, заключаемых с производителями мобильных устройств на базе Android и операторами мобильной связи, по предварительной установке пакета мобильных приложений Google (Google Mobile Services или GMS), в который входит и магазин приложений Google Play, занимающий доминирующее положение на рынке.

Несмотря на разницу в определении рынков и выявлении антиконкурентных условий, предъявляемых Google, стоит отметить близость подходов регуляторов к анализу практики связывания предустановки Google Play и иных приложений из GMS, в том числе и поисковых сервисов. Исследования рынков, проведенные в рамках обоих разбирательств, свидетельствовали о снижении стимулов производителей предварительно устанавливать конкурирующие браузеры и приложения интернет-поиска, а также снижении стимулов потребителей загружать и переключаться на аналогичные конкурирующие приложения, что в конечном итоге привело к ограничению конкуренции на рынке интернет-поиска.

В решении ФАС России также указывалось на то, что эффект от предустановки приложений Google был усилен невозможностью их удаления и приоритетным расположением иконок приложений на главном экране устройств.

Условия лицензионного соглашения по предустановке приложений Google анализировались и в США²⁸, однако в 2015 году Окружной суд Северного округа Калифорнии отклонил иск двух частных лиц о неконкурентных действиях Google. Истцами указывалось на барьеры переключения с предустановленного поиска Google, однако не удалось доказать наличие негативного влияния предустановки на рынок интернет-поиска.

Расследования в отношении корпорации Google, аналогичные проведенным в России и Евросоюзе, были инициированы и в других юрисдикциях, к примеру в Индии²⁹, Бразилии³⁰ и Южной Корее³¹.

²⁷ Необходимо отметить, что до сих пор Еврокомиссией не опубликовано в открытом доступе решение по данному делу.

²⁸ Feitelson et al v. Google Inc. (Case No. 14-cv-02007-BLF), February 20, 2015
<https://law.justia.com/cases/federal/district-courts/california/candce/5:2014cv02007/277036/52/>.

²⁹ Reuters. Exclusive: India orders anti-trust probe of Google for alleged Android abuse – sources, 2019
<https://www.reuters.com/article/us-google-india-antitrust-exclusive/exclusive-india-orders-anti-trust-probe-of-google-for-alleged-android-abuse-sources-idUSKCN1SG17O>.

³⁰ MLex. Google targeted in new Brazil probe over Android, mobile dominance, 2019
<https://mlexmarketinsight.com/insights-center/editors-picks/antitrust/latin-america/google-targeted-in-new-brazil-probe-over-android,-mobile-dominance>.

Краткие выводы

- ✓ Существующая структура рынков, при которой разработчики и владельцы мобильных платформ (операционных систем) одновременно являются и собственниками магазинов приложений, и разработчиками самих приложений может создать возможности для использования такими вертикально интегрированными компаниями своей рыночной власти, в том числе широкого использования канала предустановки для продвижения собственных приложений на конкурентных рынках.
- ✓ Эффективность предварительной установки мобильных приложений на устройства в качестве канала продвижения обуславливается главным образом склонностью потребителей использовать ПО, установленное «по умолчанию».
- ✓ В то же время предустановка не всегда может приводить к ограничению конкуренции, а само по себе использование канала предустановки не является нарушением антимонопольного законодательства. Так, потребителям выгодно наличие на устройстве при покупке предварительно загруженных наборов приложений, позволяющих в полной мере использовать все функции аппаратной части устройства, включая все самые новые и передовые («out- of-box experience»).
- ✓ Несмотря на наличие предустановленных приложений, у конечных пользователей устройств сохраняется возможность как изменять начальные настройки, отключать или удалять предустановленные приложения, так и устанавливать иные приложения. В связи с этим предустановка, как и иные способы продвижения продукции, может быть более или менее эффективна в зависимости как от параметров самой предустановки (таких как возможность удаления приложения, место размещением его иконки на экране и количество устройств, на которое предустановлено ПО), так и от характеристик анализируемого рынка.
- ✓ В частности, потенциальные эффекты от предустановки ПО на устройства могут быть снижены как за счет присутствия на рынке иных крупных игроков и сильных сетевых эффектов, так и за счет наличия у пользователей устойчивых предпочтений в отношении использования приложений конкурентов.
- ✓ Вывод о том, является ли предустановка эффективной, а ее последствия — положительными или отрицательными для конкуренции и благосостояния потребителей, зависит от того, каковы издержки переключения потребителей на конкурирующие приложения или использование одновременно нескольких аналогичных приложений различных производителей. Иными словами, в какой

³¹ The Korea Times. FTC chief hints at probing Google's 'bundling' strategy, 2019. http://www.koreatimes.co.kr/www/tech/2019/03/133_265524.html.

степени преодолима на конкретном рынке инерция потребителя, связанная со склонностью использования приложения «по умолчанию».

Выпуск подготовлен под руководством Татьяны Радченко
авторским коллективом
Управления по конкурентной политике

Елена Ковалёва
Софья Малых

Антон Волков
Елена Герасимова

© При использовании информации и материалов ссылка на Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации обязательна.

A series of horizontal dotted lines for writing notes.

ac.gov.ru/publications/



facebook.com/ac.gov.ru



twitter.com/AC_gov_ru



youtube.com/user/analyticalcentergov

