

Соња ЧЕКИЋ
мастер европских интеграција

ДИГИТАЛНЕ ПЛАТФОРМЕ: АНТИМОНОПОЛСКА АНАЛИЗА ДВОСТРАНИХ ТРЖИШТА

Резиме

Једна од најзначајнијих актуелних дискусија у економској теорији је фокусирана на тржиште које окупа две различите групе физичких или правних лица која желе да комуницирају преко „платформи“ и где интеракција зависи од броја учесника који се прикључују истој. Овај чланак има тенденцију да се фокусира на основним принципима који се односе на двострано тржиште, екстерналије, учеснике, стратешке цене и потенцијалне злоупотребе овој релативно новој начина пословања. На страницима које следе ће бити изнет пример једног од типичних двостраних тржишта, а то су платформе кредитних картица, и представљен најновији ток одлука у вези са провизијском структуром у оквиру картичног система плаћања. Мало се зна о теоријској основи двостраних компанија, и још увек није јасно који фактори их разликују од традиционалних привредних друштва; свакако, анализа са становишта права конкуренције је неизоставна и значајна. Ово указује на потребу да се разумеју различите перцепције двостраног тржишта које постоје међу корисницима; и шансу да се на нов и занимљив начин представи скупи индустријских предмета у вези са овим изражавањем одлучених од стране главних органа Европске уније – Европске комисије и Европског суда правде.

Кључне речи: двострано тржиште, платформе, посредовање, цене, платформе картице.

I Појам

Имајући у виду тежњу двостраних платформи да постану кључни инструмент у модерном пословању, циљ овог истраживања је увид у њихово теоријско и практично коришћење са освртом на право Европске уније. У погледу заштите права конкуренције а на нивоу Европске уније, првенствено компанија у изворном значењу, а потом и двостраних платформи, приказаћемо решења која нуди Уговор о функционисању Европске уније. Јединствено и слободно тржиште, као основни циљ Европске уније, праћен одлукама које су усвојиле институције ЕУ, креирају значајан институционални аранжман релевантан за анализу двостраних платформи.

Имајући у виду правну сигурност, неопходно је разумети стратегије које двостране платформе представљају како би максимизирале свој профит у оквиру система, и истражити могућа решења у корист потрошача. На самом крају представимо неке од најзанимљивијих случајева на простору Европске уније, везаних за конкуренцију између компанија које послују као двострано тржишно оријентисане.

1. Дефинисање двостраних тржишта

У економској и правној теорији, двострано тржишно питање започело је своју експанзију у последње два деценије. Израз „двострана тржишта“ првобитно се појављује у раду Ј. Рошеа и Ј. Тирола, „Platform Competition in Two-Sided Markets“, док су други аутори усвојили терминологију „тржишта са двостраним платформама“.¹ Појам двостраних тржишта је дефинисан на различите начине. Тако га нпр., М. Амстронг представља као „две групе посредника који комуницирају преко „платформи“, где воља једне групе од приступања платформи зависи од величине друге групе која се прикључује платформи.“² Роше и Тирол³ тумаче двострано тржиште у смислу мрежних екстерналија и обостране користи остварене из умрежавања.⁴ Слично томе, Дејвид С. Еванс

1 D. Evans, „The Antitrust Economics of Multi-Sided Platform Markets“, *Yale Journal on Regulation*, 20/2003.

2 M. Armstrong, „Competition in Two-sided Markets“, *RAND Journal of Economics*, 37/2006, 668.

3 C. Rochet, J. Tirole, „Platform Competition in Two-Sided Markets“, *Journal of the European Economic Association*, 1/ 2003, 990.

4 „More generally, many if not most markets with network externalities are characterized by the presence of two distinct sides whose ultimate benefit stems from interacting through a common platform.“ *Ibid.*

индентификује вишестраност као „платформу која омогућава два различитим али повезаним групама купаца да остваре корисност“.⁵

Како сам израз претпоставља, можемо закључити да у овом случају имамо најмање два сегмента – корисника који учествују у интеракцији, и самим тим сложенију структуру подобну економској и правној анализи. Насупрот томе, привредно друштво је институт права са којим се сусрећемо свакодневно: од куповине јутарњих новина, па све до касно у ноћ када одлучимо да се одморимо у омиљеном бару. Стога, дефиниција тржишта би требало да истакне неколико кључних елемената везаних за двостране платформе. Дефинисање је битно и са становишта права конкуренције, самим тим што ствара могућност нарушавања конкурентне социјалне тржишне економије.

2. Две групе корисника

Двостране платформе представљају циљ и средство разноврсним бизнис идејама да буду успостављене на тржишту. Примери су многобројни – почев од оперативних система, претраживача, новина, видео игара, па све до дебитних и кредитних картица.⁶ На примеру Нинтенда, као највећег произвођача видео игара, можемо уочити две групе корисника које међусобно дејствују путем платформе (у овом случају то је Нинтендо), где, као и код класичних трансакција, имамо продавца и купце, који у овом случају остварују корист придруживањем истој платформи. Нинтендо случај укључује играче видео игрица и програмере, који задовољавају различите потребе приступањем Нинтендо платформи. Еванс истиче важност међусобне повезаности обе стране, где су „две стране у оквиру платформе блиско повезане, са међузависношћу цена и излазним и преплетеним стратегијама.“⁷ Заједништво је посебно важно и због броја чланова придружених двостраној платформи. Другим речима, већи број продаваца-учесника на једној платформи, већи број купаца-учесника на истој.

Значајност дефинисања двостраних платформи се показала оправданом са становишта многих водећих стручњака из ове области, као што су Армстронг, Еванс, Роше-Тирол, Шмаленси, Ноел,⁸ као и антимонополског вредновања двостраних тржишта.

5 D. Evans, „Two-Sided Market Definition“, <https://ssrn.com/abstract=1396751>, 4. 4. 2017.

6 C. Rochet, J. Tirole (2003), 993.

7 D. Evans, „Two-Sided Market Definition“, https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1396751, 4. 4. 2017.

8 За детаљнију анализу, погледати: D. Evans, „Two-Sided Market Definition“; L. Filistrucchi, D. Geradin, E. Damme, „Identifying Two-Sided Markets“; C. Rochet, J. Tirole

Још један интересантан елемент у оквиру двостраних платформи јесте преимућство које је дато једној групи корисника у односу на другу. Ова корист мора бити довољно подстицајна како би осмелила циљану групу корисника да се упусти у трансакцију и оцени је као пожељну. Друга страна, пак, је условљена плаћањем накнаде, како би приступила платформи. Како су истакли Роше-Тирол, накнада може бити корисничка или чланска. „Трошкови коришћења платформе или варијабилни трошкови утичу на спремност две стране да тргују, а самим тим и њихове нето суфиците од потенцијалних интеракција; чланске или фиксне накнаде за последицу условљавају присуство крајњих корисника на платформи. Фини дизајн структуре фиксних и варијабилних трошкова унутар платформе је релевантан само уколико две групе корисника не преговарају око одговарајућих корисничких и чланских екстерналија.“⁹

Све опширнији приступ овој теми, као и све интересантнија литература о двостраним тржиштима, указује на то да ово питање има све више значаја у економској и правној анализи. Многи теоретичари имају тенденцију да комбинују детерминантне елементе како би добили што прецизније дефинисање двостраних тржишта, где је једна од главних карактеристика двостраности одређена структура цена која утиче на обе стране. Главна теоријска премиса иза двостране структуре јесте да су интеракције између потрошача постављене нешто другачије него на једностраном тржишту. Еванс и Роше-Тирол представљају битно разјашњење у контексту дефинисања двостраних платформи, осврћући се на ценовну структуру: „Тржиште је двострано ако платформа може утицати на обим трансакција тако што ће наплатити више једној страни на тржишту и смањити цену коју плаћа друга страна за једнак износ; другим речима, структура цена је битна, и платформе их морају дизајнирати тако да привуку обе стране.“¹⁰ Ради појашњења, аутори такође предлажу: „Посматрајте двостране платформе као решење у ситуацијама у коме постоје екстерналије и у којима трансакциони трошкови, широко посматрано, спречавају те две групације да реше ту екстерналију директно.“¹¹

Ако се вратимо на првобитни пример видео игара са платформе Нинтендо, или пак у наше разматрање уврстимо и Сони,¹² са освртом

(2003).

9 J. Rochet, J. Tirole, „Two-Sided Markets: An Overview“, *Institut d’Economie Industrielle working paper*, 3.

10 D. Evans, „The Industrial Organization of Markets with Two-Sided Platforms“, *Competition Policy International*, 1/2007, 153.

11 *Ibid.*, 154.

12 „In its thirty years of existence, the video game industry has had four leading platforms, Atari, Nintendo and Sega, and finally Sony. The business model that has emerged uses

на кориснике и програмере, уочићемо специфичност оваквог начина пословања, где су потоњи у обавези да измирују обавезе проистекле из чланства платформи, аутори их још описују и као „фиксни допринос праћен накнадом по јединици производа (игрица) које креирају.“¹³ Може ли се овакав начин пословања назвати ценовном дискриминацијом? Приметно је да једна страна плаћа више него друга страна, али имајући у виду специфичност двостраних платформи, ово бисмо могли назвати бизнис стратегијом у оквиру двостраног тржишта. Уколико узмемо у обзир наведено, поставља се питање зашто би једна страна пристала на овакав вид „дискриминације“? Разлоге можемо објаснити на примеру новина. Цена која је одређена у односу на купце, односно читаоце, је значајно нижа у односу на цену која терети оглашиваче, имајући у виду укупне трошкове производње. Еванс претпоставља да новине зарађују укупну бруто маржу од оглашивача, која и зависи искључиво од бројности у оквиру те групације.¹⁴

Један од најпознатијих примера успешности двостраних платформи долази из Сједињених Америчких Држава, и ради се о компанији *OpenTable*.¹⁵ Задобивши поверење великог броја ресторана заинтересованих да се резервације обављају преко ове платформе, и задовољних клијената са друге стране, постала је најефикаснија интернет платформа која се бави овом врстом услуга. Ресторани су у обавези да плаћају допринос путем накнаде за резервације својих клијената, обављених путем *OpenTable* платформе.¹⁶ Посматрајући овај пример, Еванс издваја саставне делове двостраних платформи: две врсте индиректних мрежних екстерналија, олакшана комуникација, и ценовну структуру „што одређује релативну инкременталну остварену зараду.“¹⁷

Специфична ценовна дискриминација има за последицу и модификацију, односно прилагођавање вредности платформе за све кориснике. Како је истакнуто од стране Еванса, „[в]рло је вероватно да је субвенционисање једне стране корисника резултирало повећаној важности платформе за ресторане, које је довело до тога да *OpenTable* има

consoles as the loss leader and draws platform profit from applications development.“ J. Rochet, J. Tirole (2003), 33.

13 *Ibid.*

14 D. Evans, „The Industrial Organization of Markets with Two-Sided Platforms“, *Competition policy international*, 1/2007, 156.

15 Компанија OpenTable, доступно на адреси: <https://www.opentable.com/start/home>, 26. 9. 2017.

16 D. Evans, R. Schmalensee, „The Antitrust Analysis of Multi-Sided Platform Businesses“, *Coase-Sandor Institute for Law & Economics Working Paper* 623/2012, 5.

17 *Ibid.*, 6.

више ресторана, који су платформу учинили атрактивнијом за њихове госте.¹⁸ Узимајући у обзир горе наведено, можемо да закључимо да двостране платформе, упркос различитој ценовној структури, разноликости корисника, и екстерналијама, су повољно и конструктивно средство креирано да би се избегли потенцијални трансакциони проблеми и расходи приликом класичног пословања на тржишту. Двостране платформе су именоване још и као „економски катализатори“.¹⁹

Обе стране преферирају већи број учесника који долазе са друге стране, имајући у виду разнолик избор у погледу цена које могу бити понуђене. Што више корисника се одлучи за придруживање платформи, платформа постаје вреднија за обе групе корисника. Тирол-Роше разматрају разлоге и варијанте утврђивања корисничке чланарине.²⁰ Могући закључци се одигравају око следећих констатација: 1. платформа није у могућности да одреди провизију приликом трансакција; 2. фиксне надокнаде могу представљати ефикасан начин наплате од крајњих корисника; 3. фиксне накнаде могу омогућити платформи да „приграби“ потрошачев вишак.²¹

Нови технолошки развој праћен иновацијама довео је до тога да некадашње комплексности у пословању постану још замршеније. Поред описане структуре, у економској теорији се појављује и термин „вишестраних платформи“, дефинисаних групама учесника чији је број већи од два, у којима се појављују купци, продавци или корисници.²² Такође, могуће је да једна страна двостране платформе учесник већег броја платформи. Ова појава дефинисана је као „*multi-homing*“.²³ Тирол-Роше истакли су да се овај феномен може уочити код продаје непокретности: „продавац куће ће можда желети да уђе у неискључиве уговоре са више агенција за некретнине како би дошао до широког спектра потенцијалних купаца; алтернативно купци могу да се договарају са више агенција за некретнине.“²⁴

18 *Ibid.*

19 *Ibid.*, 7.

20 J. Rochet, J. Tirole, „Two-Sided Markets: An Overview“, *Institut d’Economie Industrielle paper*, 18.

21 *Ibid.*

22 D. Evans, „The Antitrust Economics of Multi-Sided Platform Markets“, *Yale Journal on Regulation* 20/2003, 325.

23 J. Rochet, J. Tirole, „Two-Sided Markets: An Overview“, *Toulouse school of Economics Conference paper*, 9.

24 *Ibid.*

II Директни и индиректни мрежни ефекти

Мрежни ефекти су кључни елемент дефинисања и разумевања двостраних платформи, као и кључ повезаности теорије и праксе двостраних тржишта. Иако постоји мноштво приступа овој теми, овде ће бити представљени мрежни ефекти преко једне од највише коришћених платформи за куповину и продају, Амазона.²⁵ На огромном онлајн тржишту, као што је платформа Амазон, купци и продавци тргују са циљем олакшања свог задатка, али не само поводом тога: Амазон платформа покрива сваки континент и самим тим омогућава огромној популацији да јој приступи.²⁶ Мрежни ефекти директно су повезани са проблемом који је у теорији описан као проблем „кокошка и јаје“.²⁷ „Купци посредног добра или услуге уживају у великом броју продаваца јер имају приступ разноликости, а продавци имају бенефиције од присуства већег броја купаца јер тиме повећавају своје шансе да продају свој производ за бољу цену. Индиректне мрежне екстерналије доводе до проблема „кокошка и јаје“: како би привукли купце, посредник би требао имати велику базу регистрованих продаваца, али ће они заиста бити спремни да се региструју само ако очекују да ће многи купци доћи на заједничку платформу.“²⁸ Примећујемо да се понашање са једне стране ослања на перформансе друге стране, као и чињеницу да, што коришћенији Амазон постаје, више га вреднујемо као корисници. Можемо закључити да овај принцип можемо применити на све двостране платформе, и познат је као директни мрежни ефекат.

Мрежни ефекти постали су предмет пажње многих теоретичара; међу њима бисмо могли да издвојимо и Клеменса, који истиче спремност чланова да буду део платформе која броји велики број чланова. Он такође уочава и индиректне мрежне ефекте: „Потрошачи вреднују чињеницу да су део велике мреже, тј. користе технологију коју користе многи други потрошачи. Иако се софтвер обично представља чешће од хардвера, потрошачи генерално имају идеју о томе колико ће софтвера

25 Поред Амазона, интернет пружа мноштво избора за куповину и продају добара, међу којима су најпознатије *AliExpress*, *Swappa*, *Ebay*, и сл. Доступно на адреси: <https://www.amazon.com/>, 26. 9. 2017.

26 Велика већина производа може бити транспортована у преко сто земаља на свету. Доступно на адреси: https://www.amazon.com/gp/help/customer/display.html?no_deId=201074230, 26. 9. 2017.

27 „Chicken and egg problem“ констатовали су многи економски теоретичари, међу њима и: B. Caillaud, B. Jullien „Chicken & egg: Competition among intermediation service providers“, *RAND journal of Economics*, 2003 .

28 B. Caillaud, B. Jullien, „Chicken & Egg: Competing Matchmakers“, Center For Economic Policy Research, 2001, 5.

бити на располагању пре куповине хардвера. Потрошачи би били нарочито наклоњени куповини хардвера, не знајући да ли ће за њега бити обезбеђен одређени софтвер. Стога, софтверске фирме морају се обавезати на извесну платформу пре него што се неки хардвер прода.²⁹ Индиректни мрежни ефекти уочени су и приликом куповине нових мобилних, „паметних“ телефона – што већи број апликација има употребну вредност, то нам наш телефон постаје значајнији.³⁰

Директни и индиректни мрежни ефекти су предмет разматрања приликом примене чланова 101. и 102. Уговора о функционисању Европске уније.³¹ На тлу ЕУ, један од првих антимонополских случајева двостраних платформи везан је за оперативни систем *Microsoft* и *Windows Media Player*.³² Европска комисија је открила кршење одредбе члана 102., где је компанија злоупотребила свој доминантни положај незаконитим везивањем *Windows Media Player*-а за оперативни систем.³³ Иако не у првом плану, ова одлука довела је до разматрања утицаја индиректних мрежних ефеката и њихових последица на баријере уласку. Мрежни ефекти прожимају структуру двостраних платформи и требало би више пажње посветити управо њима у будућим разматрањима повреде права конкуренције.

III Примена антимонополских правила на двостраном тржишту

Надметање привредних субјеката на тржишту Европске уније креирало је појачану креативност компанија како би на тржишту на најбољи могући начин представиле и понудиле купцима свој производ. Но, с друге стране, конкуренција на слободном тржишту захтева и појачан надзор од стране органа Европске уније, како би обезбедила неометано остварење циљева ЕУ (јединствено и несметано функционисање

29 *Ibid.*

30 Класичан школски пример би био однос DVD плејера, где DVD плејер постаје траженији с обзиром на све већи избор доступних DVD материјала. M. Clements, „Direct and indirect network effects: are they equivalent?“ *International Journal of Industrial Organization*, 22/2004, 5.

31 Consolidated version of Treaty on functioning of European Union, *Official Journal of the European Union*, 59/2016.

32 Judgment of the Court of First Instance, European Union, Case T-201/04 Microsoft Corp. v Commission, 17 September 2007, доступно на адреси: <http://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?language=en&num=T-201/04>, 26. 9. 2017.

33 Judgment of the Court of First Instance, European Union, Case T-201/04 Microsoft Corp. v Commission, 17 September 2007, доступно на адреси: <http://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?language=en&num=T-201/04>, 27. 9. 2017.

унутрашњег тржишта) и друштвеног благостања. Двостране платформе такође подлежу правилима из корпуса права ЕУ, с тим што треба имати у виду њихове унапред наведене специфичности, као и детаље који ће бити изложени у даљој дискусији.

1. Ценовна структура

а) Предаторске цене

Концепт предаторских цена укључује компанију која, у циљу смањења конкуренције међу другим фирмама, одређује цену производа испод просечних варијабилних трошкова.³⁴ Једно од могућих одређења предаторских цена изложено на следећи начин: „компанија намерно смањује цене до непрофитабилног нивоа када се суочи са конкуренцијом од већ постојећег конкурента или новог учесника на тржишту; постојећи конкурент тиме бива дисциплинован или нови учесник искључен, доминантна компанија потом поново подиже цене, и тиме штети потрошачу.“³⁵ Поједини аутори³⁶ сматрају да ризик од установљавања предаторских цена треба посматрати у контексту специфичног односа у оквиру двостраних платформи, где постављање цене испод трошкова на једној страни може имати бенефите и за другу страну, самим тиме што је прва група корисника привучена да се придружи платформи, што заузврат има за последицу повећање корисности друге групе потрошача.³⁷

б) Ценовне стратегије

Ценовна стратегија двостраних платформи представља осетљиво и важно питање. Како учествовати у платформи? Која страна ће бити прва која дела у оквиру платформе? Колико ће видљива платформа бити за другу страну? Да ли је стратегија анти-конкурентна? Ова питања су део логике ценовних структура постављених зарад разумевања неопходног баланса у оквиру двостраних тржишта.

У оквиру колажа правне заштите неометане конкуренције и очувања конкурентне социјалне тржишне економије на просторима држава чланица Европске уније, постављање цена које ће бити адекватне представља прави изазов за двостране платформе. Еванс уочава

34 R. Whish, D. Bailey, *Competition law*, Oxford University Press 2012, 3.

35 *Ibid.*, 730.

36 J. Wright, „One-sided Logic in Two-sided Markets“, *Review of network economics*, 3/2004.

37 *Ibid.*, 5.

следеће: „цена која је једнака маргиналним трошковима (или просечним варијабилним трошковима) на одређеној страни није релевантан економски показатељ за процену тржишне моћи двостраних платформи, нити за тврдње о предаторским или прекомерним ценама“,³⁸ као и да „не-предаторска, профитна максимизација цена на свакој страни је сложена функција еластичности тражње са обе стране, индиректних мрежних ефеката и маргиналних трошкова на обе стране“.³⁹ Платформе могу наметнути различите накнаде различитим корисницима: једнима може предвидети једнократну накнаду, док другима накнаду при куповини. „Продавци конзола за видео игрице, међутим, наплаћују накнаду за коришћење програмерима игре – износ на основу броја игара које се продају; корисници плаћају накнаду за коришћење индиректно путем куповине игара за конзоле.“⁴⁰

Питање максимизирања профита зависи од међусобног односа између две групе корисника и екстерналија међу њима. Према Швалбеу и Зимеру, чињеница да се једној групи наплаћује виша цена не подразумева присуство тржишне моћи; ценовна архитектура остаје непромењена чак и у случају конкуренције између двостраних платформи.⁴¹ „Сродна карактеристика двостраних платформи је потреба да се „балансирају“ захтеви обе стране. Приликом одређивања цена, двострана платформа мора да узме у обзир да ће зарачунавање виших цена на страни А довести да мање А користе платформу, што ће за резултат довести до мање вредности Б од платформе. Такође мора да се узме у обзир да мора бити довољно А да буде од интереса за Б и довољно да Б буде од интереса за А у већини случајева. Подешавање превисоких цена у продавницама у тржним центрима могло би довести до тога да купци немају приступ продавницама које највише цене.“⁴² Двострана платформа има специфичну одговорност у складу са максимизацијом профита. У класичним једностраним компанијама испитујемо (једну) тражњу и (једну) понуду; у овом случају, морамо изнаћи цену која задовољава захтеве једне и друге стране и трошкове платформе.⁴³

Који су то пословни циљеви који би требало бити постигнути успостављањем двостраних платформи на тржишту, као и разноликост

38 D. Evans, „The Industrial Organization of Markets with Two-Sided Platforms“, *Competition Policy International*, 1/2007, 174.

39 *Ibid.*

40 *Ibid.*

41 U. Schwalbe, D. Zimmer, *Law and Economics in European Merger Control*, Oxford University Press, Oxford 2009, 48.

42 David S. Evans, „Two-Sided Market Definition“, ABA Section of Antitrust Law, 7, доступно на адреси: <https://ssrn.com/abstract=1396751>, 27. 9. 2017.

43 *Ibid.*

цена међу корисницима на истом тржишту? Приликом доношења бизнис плана, једна од стратегија односи се и на ниво корисности усмерен ка корисницима платформе. Двострана платформа служи као посредник између купаца и продаваца, олакшавајући им пословање и редукујући трансакционе трошкове. Свака од страна добија ексклузиван третман: док продавци захтевају више купаца како би удовољила њиховим посебним захтевима, купци желе да купе производ са посебним карактеристикама и имају више избора док траже одговарајућу робу. У оквири традиционалног пословања, Еванс истиче да маргинални трошкови обично показују тржишну ситуацију у којој једна компанија може или не може имати економску моћ,⁴⁴ док у оквиру двостраних платформи „не постоји блиска веза између цена и маргиналних трошкова за робу или услуге које се пружају на одређеној страни. Пошто услови за максимизацију добити зависе од еластичности тражње и маргиналних трошкова за обе стране и међусобних мрежних ефеката, у теорији, двострана платформа која максимизира профит ће одговорити на повећање трошкова стране 1 уз повећање цене на страни 2 и без повећања цене на страни 1.“⁴⁵ Ценовна стратегија може довести до различитих приступа: на пример, једна двострана (или вишестрана) платформа као што је Нинтендо усваја структуру цена која омогућава потрошачима да уживају у платформи бесплатно, док је друга страна претходно наплаћена (у овом случај, програмери игара). Стратегије могу зависити и од тога да ли је једна страна члан друге двостране платформе. Један корисник може истовремено користити *MasterCard* и *American Express* у исто време. Роше-Тирол описују ову ситуацију као вишеструко удомљавање (енгл. *multihoming*)⁴⁶: „На великом броју тржишта, део крајњих корисника на једној или двају страна се повезује са неколико платформи. Користећи интернет терминологију, рећи ћемо да су вишеструко удомљени. Конкурентне цене на једном тржишту тада зависе од степена вишеструких удомљености са друге стране тржишта. На пример, када Виза смањује трошкове (пропорционалне трансакције) које плаћају трговци, трговци постају све више у искушењу одбацивања скупље Амекс картице све док велики део Амекс купаца поседује и Виза картицу. Обрнуто, „*multihoming*“ с једне стране појачава ценовну конкуренцију с друге стране јер платформе користе ниске цене у покушају да „усмеравају“ крајње кориснике на другу страну ка ексклузивном односу.“⁴⁷

44 *Ibid.*, 8.

45 *Ibid.*

46 Ови аутори виде ценовну структуру као кључну за платформу. J. Rochet, J. Tirole (2003), 2.

47 *Ibid.*, 5.

Након свега наведеног, можемо закључити да у овом случају имамо појачану осетљивост корисника на ценовне варијације, које су способне довести до великих промена у структури купаца и продаваца са малим повећањем цена, односно редукцијом постојећих.

IV Спајања у оквиру права Европске уније

1. Спајања двостраних платформи

Према Уредби Европске заједнице о концентрацијама,⁴⁸ концентрација се може дефинисати као „трајна промена контроле услед спајања две или више компанија које су некад биле независне, или стицања директне или индиректне контроле над целим или деловима једне или више других компанија од стране једне или више особа које контролишу најмање једну компанију или од стране једне или више компанија, било куповином вредносних папира или имовине на темељу уговора или на било који други начин“.⁴⁹

Спајања играју важну улогу у једностраној, као и у двостраној структури тржишта; стога, могу утицати на ниво конкуренције и изазвати забринутост у погледу функционисања слободног тржишта. Спајања налазимо оспораваним у судској пракси САД-а, као и на тлу ЕУ.⁵⁰ Као што је потврђено у судској пракси Европског суда правде, ситуација у којој се два конкурентна ентитета спајају и стварају једну, јединствену правну структуру може довести до подизања цена и обештећења потрошача.⁵¹ Због чињенице да концентрације имају тенденцију смањења конкуренције и ограничавања конкурентских слобода, оне могу створити доминантан положај на тржишту. Ради разумевања двостраних платформи, можемо истражити да ли је случај сличан када се спајају две компатибилне двостране платформе.

а) Размајџрање Google/DoubleClick случаја у оквиру Европске уније

Са развојем интернета постали смо сведоци глобализације тржишта и измењеног начина на који компаније оглашавају своје производе. Повезаност, као и бројност корисника представљају подстицај

48 Council Regulation (EC) No 139/2004 on the control of concentrations between undertakings (the EC Merger Regulation) – Уредба Европске заједнице о концентрацијама.

49 Члан 3 Уредбе Европске заједнице о концентрацијама.

50 D. Evans, R. Schmalensee, „The Industrial Organization of Markets with Two-Sided Platforms“, *Competition Policy International*, 1/2007, 6.

51 P. Craig, G. de Búrca, *EU law, Text, Cases, and Materials*, Oxford University Press 2011, 1026.

двостраним платформама за спајање. Европска комисија је недавно истражила антиконкурентне аспекте спајања на двостраним тржиштима између *Google*-а као посредника у онлајн оглашавању и компаније *DoubleClick*-а као интернат оглашивача.⁵² Европска комисија се концентрисала на позицију две компаније на тржишту, *Google* и *DoubleClick*. *Google* је испитан и оцењен као водећа компанија у онлајн оглашавању у оквиру Европске економске заједнице.⁵³

Како би ово спајање могло да угрози принципе слободне конкуренције у оквиру Европске уније? Комисија је покушала да одгонетне питање да ли би, уколико би ове две компаније спојиле, то довело до концентрације. Концентрација би у овом случају, а према члану 3(1) (б) Уредбе Европске заједнице о концентрацијама довела до потпуног стицања контроле над читавом компанијом *DoubleClick*.⁵⁴ Европска комисија је проблем сагледала са три аспекта: прво узимајући у обзир компанију *Google* и њено тржиште, потом *DoubleClick*, да би напослетку истражила конкурентски осврт њиховог заједништва.⁵⁵

Да ли ће предложено спајање довести до смањене конкуренције на двостраним тржиштима? На основу расположивих доказа, Комисија је закључила да потенцијално спајање од стране *Google* не доводи до повреда права зајемчених Уговором о функционисању Европске уније.⁵⁶ Узимајући у обзир све ефекте, теорије штете и закључке изложених од стране заинтересованих страна, Комисија је изразила своје мишљење да *DoubleClick* „није у могућности да остварује значајан степен тржишне снаге, да се трошкови преласка могу подесити, да приказивање огласа представља мали проценат трошкова/прихода и ограничен проценат посредничких прихода и да мрежни ефекти нису довољно јаки да индукују преклапање.“⁵⁷ Да ли је одлука Европске комисије била ризична за даље пословање осталих компанија створивши компанији *Google* значајну предност, или је створила погодно тле за учвршћивање доминантног положаја исте и самим тим довела до појачане опасности за кршење члана 102 УФЕУ, остаје да проценимо у оквирима будућег пословања наведених двостраних компанија.

52 Case No COMP/M.4731 – Google/DoubleClick and advertisers, 11 March 2008.

53 *Ibid.*

54 Уредба Европске заједнице о концентрацијама, чл. 3.

55 Case No COMP/M.4731 – Google/DoubleClick and advertisers, 11 March 2008.

56 *Ibid*, par. 302.

57 *Ibid*, par. 329.

б) Размајрање Google/DoubleClick случаја у оквиру права САД

Америчке институције су постигле исти закључак као и европске, након што је предмет истраживан од стране Федералне комисије за трговину.⁵⁸ Комисија је направила јасно разграничење између директне продаје и посредничке продаје: „Први канал је директна продаја, а издавачи користе сопствене продајне капацитете. Други канали који велики издавачи користе зарад продаје својих рекламних инвентара је тзв. индиректна продаја, са издавачима и оглашивачима који користе услуге компанија за посредовање у огласима да би поставили огласе.“ Након истраживања тржишта ових двају компанија, Комисија је негирала могућност нарушавања антимонополских одредби приликом спајања компаније *Google* и *DoubleClick*.⁵⁹ Федерална комисија за трговину је највише пажње посветила питању да ли *Google* може да утиче на учвршћивање водеће позиције компаније *DoubleClick*. Комисија је установила да, иако компанија *Google* представља најпожељнији претраживач; она нема водећу позицију на тржишту посредничких огласа.⁶⁰

Можемо закључити да је анализа америчких власти била врло слична анализи Европске комисије, а последица оваквог одлучивања је да је удруживање ових компанија у складу са важећим правним одредбама, и не покреће антиконкурентске/ антимонополске механизме правне заштите.

V Двострана тржишта и платне картице

1. Нема бесплатног ручка

Као што смо напоменули, двостране платформе су присутне у разним врстама пословања, а међу њима и код банкарског. Стога, двострана тржишта можемо перципирати и преко платних система као двостраних платформи. У вези с тим, многи теоретичари разматрали су системе платних картица.⁶¹

Овај преглед ће се фокусирати на специфичности двостраних тржишта у вези са платним картицама, као што је мултилатерал-

58 Statement of Federal Trade Commission Concerning Google/DoubleClick, FTC File No. 071-0170, доступно на адреси: https://www.ftc.gov/system/files/documents/public_statements/418081/071220googledc-commstmt.pdf, 30. 9. 2017.

59 „...продаја рекламног оглашавања не функционише као значајно ограничење цене или квалитета другог онлајн оглашавања које продају издавачи директно или индиректно или обрнуто.“ *Ibid.*, 3.

60 *Ibid.*, 9.

61 Ова тема разматрана је од стране водећих стручњака у овој области: Д. Еванс, Р. Шмаленси; Катз и Шапиро, и Роше-Тирол.

на међубанкарска накнада и схема цена у оквиру платне мреже. На-лазимо да су поступци за заштиту конкуренције у Европској унији и Сједињеним Државама оставиле важне последице на картични систем у економском и правном смислу. Принцип „не постји бесплатни ручак“, потврђен је и у банкарском систему, где банке наплаћују трансакције својих клијената. Ова надокнада може се назвати различито (трошкови размене, камата, итд.), и биће наплаћивана корисницима (власницима картица, банци издаваоцу, трговцима). Иако ће првобитно накнада бити наплаћена једној групи корисника, показаћемо да ће то у суштини бити на терету друге стране у оквирима двостране платформе. Ова тржишна слагалица, као и однос између безготовинског и готовинског плаћања примећен је од стране многих економиста, који су истакли: „Тако корисници који користе картицу плаћају укупне трошкове система, без обзира на провизију, и, уколико они сnose и трошкове других платних система, користеће платне картице ако и само ако коштају мање.“⁶² Представљени су неки закључци као резултат испитивања односа између накнада и ценовне структуре двостраних тржишта, као и фактора укључених у „друштвено оптималне цене за корисничке групе“.⁶³

„Иако друштвено оптималне цене у индустрији платних картица зависе од истог скупа фактора, друштвено оптимална накнада за размену такође зависи од других карактеристика које утичу на однос између провизије и крајњих цена. Ови фактори укључују у разматрање фиксне и варијабилне накнаде; конкурентне услове међу трговцима, издаваоцима и стицаоцима; и природу конкуренције између плаћања готовином, чековима и јединствених платних система. Стога, социјално оптимална накнада није једнака било којој провизији базираној искључиво на трошковној структури.“⁶⁴

Различите платне платформе креирају сопствене провизије; тако провизија *Visa* групације не мора бити јединствена у односу на ону установљену од стране *MasterCard*. У наредном излагању ће бити представљена правна релулатива ЕУ везана платне услуге.

2. Акти Европске уније о плаћањима

Док повезују потрошаче, двострана платформа сноси трошкове који потом плаћају учесници платформе. Имајући у виду чињеницу да

62 D. Evans, R. Schmalensee, „The Economics of Interchange Fees and Their Regulation: An Overview“, *MIT Sloan Working Paper* 4548/2005, 92.

63 Ови фактори су: „ценовна еластичност, индиректни мрежни ефекти између група потрошача, маргинални трошкови за пружање роба или услуга за сваку групу, и други фактори.“ *Ibid.*, 104.

64 *Ibid.*

су трошкови платних платформи на терету потрошача, банке су креирале накнаду за размену (енгл. *interchange fee*), како би резервисале одређени износ новца из сваке трансакције. На нивоу Европске уније усвојени су закони у циљу очувања финансијских права потрошача. Неки од финансијских закона на нивоу ЕУ који се односе и на двостране платформе су представљени на следећи начин:

1. Директива о платним услугама на унутрашњем тржишту⁶⁵ са циљем промовисања лакшег тржишта електронског плаћања и омогућавања јединственог електронског унутрашњег тржишта у Европској унији, побољшања правне платформе за јединствени простор за плаћања у еврима (СЕПА).⁶⁶ Док је Директива 2007/64/ЕС увела „платне институције“,⁶⁷ нова Директива о платним услугама на унутрашњем тржишту је побољшала претходна достигнућа и поставила пут за још снажнију конкуренцију између платних платформи: један од постављених циљева је омогућити „фер конкуренцију на том тржишту, чиме се избегава неоправдана дискриминација било којег постојећег играча на тржишту.“⁶⁸

2. Уредба о прекограничним плаћањима⁶⁹ заменила је претходну Уредбу⁷⁰ која је била прва Уредба у оквиру ЕУ која регулише систем малопродајних плаћања. Нова уредба укинула је разлике у накнадама (начело једнакости накнада)⁷¹ унутар и ван ЕУ, поштујући наведено начело једнакости накнада.⁷²

65 Directive (EU) 2015/2366 of the European Parliament and of the Council of 25 November 2015 on payment services in the internal market, amending Directives 2002/65/EC, 2009/110/EC and 2013/36/EU and Regulation (EU) No 1093/2010, and repealing Directive 2007/64/EC, *Official Journal of the European Union*, 58/2015.

66 *Ibid.*

67 „Directive 2007/64/EC established a prudential regime, introducing a single licence for all providers of payment services which are not connected to taking deposits or issuing electronic money. To that end, Directive 2007/64/EC introduced a new category of payment service providers, namely ‘payment institutions’, by providing for the authorisation, subject to a set of strict and comprehensive conditions, of legal persons outside the existing categories to provide payment services throughout the Union. „*Ibid.*, par. 26.

68 *Ibid.*, par. 33.

69 Regulation (EC) No 924/2009 of the European Parliament and of the Council of 16 September 2009 on crossborder payments in the Community and repealing Regulation (EC) No 2560/2001, *Official Journal of the European Union*, 52/2009.

70 Regulation (EC) No 2560/2001 of the European Parliament and of the Council of 19 December 2001 on cross-border payments in euro, *Official Journal of the European Communities*, 344/2001.

71 Regulation (EC) No 924/2009 of the European Parliament and of the Council of 16 September 2009 on crossborder payments in the Community and repealing Regulation (EC) No 2560/2001, *Official Journal of the European Union*, 52/2009.

72 *Ibid.*, par. 6.

3. Овде треба поменути и Уредбу о утврђивању техничких и пословних захтева за кредитне трансфере и директна задужења у еврима,⁷³ која је у складу са стратегијом Европа 2020, са циљем постизања иновација и „паметније економије“.⁷⁴ Како би се постигла јача заштита платиша, ова Уредба регулише свеевропски кредитни трансфер заједно са директним задужењима,⁷⁵ а у складу са следећим циљевима: „За правилно функционирање унутарњег тржишта потребно је створити интегрирано тржиште за електронска плаћања у еврима, без разликовања између националних и прекограничних плаћања. У ту сврху, пројектом јединственог подручја плаћања у еврима (СЕПА) требало би развити заједничке платне услуге на територији целе Уније које би замениле постојеће националне платне услуге. Увођењем отворених, заједничких платних стандарда, правила и праксе и применом интегрисане обраде плаћања, СЕПА би требала грађанима и компанијама у Унији пружати сигурне, приступачне и поуздане платне услуге у еврима по конкурентним ценама. То би требало установити за СЕПА плаћања унутар и изван националних граница под истим основним условима и у складу с истим правима и обвезама, без обзира на њихову локацију унутар Уније.“⁷⁶ Регулисање СЕПА подразумева и побољшање конкуренције међу банкама унутар Европе, што ће резултирати смањењем трошкова за власнике картица и трговце на мало унутар и широм ЕУ. У члану 10 наведен је и тај циљ: „Техничка интероперабилност предуслов је за конкуренцију. У сврху стварања интегрисаног тржишта за систем електронског плаћања у еврима, битно је да обраду кредитних трансфера и директних терећења не ометају пословна правила или техничке запрехе као што је обвезно деловање у више од једног система за обрачунавање прекограничних плаћања. Кредитни трансфери и директна терећења требала би се извршавати према схеми чија основна правила примењују пружаоци платних услуга који представљају већину пружалаца платних услуга у већини држава чланица и који чине већину пружалаца платних услуга у Унији, те која су иста како за прекограничне тако и за искључиво националне трансакције кредитног трансфера и директног терећења. Постоји ли више од једног платног система за обраду таквих плаћања, такви би платни системи требали бити интероперабилни коришћењем стандарда Уније и међународних стандарда, како би

73 Regulation (EU) No 260/2012 of the European Parliament and of the Council of 14 March 2012 establishing technical and business requirements for credit transfers and direct debits in euro and amending Regulation (EC) No 924/2009, *Official Journal of the European Union*, 55/2012.

74 *Ibid.*, par. 2

75 *Ibid.*, par. 32.

76 *Ibid.*, par. 1.

сви корисници платних услуга и сви пружаоци платних услуга могли користити предности интегрисаних плаћања мале вредности у еврима широм Уније.⁷⁷

4. Уредба о оснивању, обављању делатности и бонитетном надзору пословања институција за електронски новац⁷⁸ односи се на „електронски новац“ и институције електронског пословања у оквиру Европске уније.

5. Последња, али не и најмање битна је Уредба о међубанкарским накнадама за платне трансакције на основу картица,⁷⁹ који се односи на сваку картичну трансакцију плаћања, покривајући комерцијалне картице. Ова Уредба се првенствено односи на једну страну двостране платформе, тј. трговце, и ојачава њихову позицију у оквиру двостраних платформи приликом картичног плаћања. Значајна промена је флексибилни приступ, на супрот претходној обавези, о могућности одабира типа картице који ће бити у употреби.⁸⁰

3. Мрежни ефекти у платним системима

Као и на другим двостраним тржиштима, као што су платформе видео игара, платне платформе се користе као средство за комуникацију између крајњих корисника (власника картице и трговаца). Ближи поглед на структуру плаћања указује на чињеницу да између крајњих корисника и платформе сусрећемо и друге посреднике, тј. банке. У одлуци Комисије у вези са предметом Visa II⁸¹ адресирана је двострана тражња, а мрежни ефекти се сматрају нарочито снажним. Такође се наглашава: „Свака врста потрошача би више волела да трошкови система плаћају други корисници: трговци стога имају интерес за никакве, ниске или негативне накнаде за размену (као провизије за размену између издаваоца и купца), док власници картица имају интерес за позитивне провизије (тј. накнаде плаћене од стране купца издаваоцу)

Роше-Тирол представљају ток плаћања у картичној трансакцији, презентујући банку платиоца а и банку примаоца као посредника

77 *Ibid.*, par. 10.

78 Directive 2009/110/EC of the European Parliament and of the Council of 16 September 2009 on the taking up, pursuit and prudential supervision of the business of electronic money institutions amending Directives 2005/60/EC and 2006/48/EC and repealing Directive 2000/46/EC, *Official Journal of the European Union*, 52/2009.

79 Regulation (EU) 2015/751 of the European Parliament and of the Council of 29 April 2015 on interchange fees for card-based payment transactions, *Official Journal of the European Union*, 58/2015.

80 Видети чл. 8: „Co-badging’ и одабир платног бренда или апликације за плаћање“, *ibid.*

81 Commission Decision, Case No COMP/29.373 Visa International, 24 July 2002.

између двостране платформе (платформа платног система) и крајњих корисника (трговца и власника картице).⁸² Мрежни ефекат показује да се производ може појавити као вреднији ако га више потрошача користи. У случају двостране платне платформе, пошто више трговаца користи систем плаћања, то постаје корисније и обрнуто; више власника картица цени платформу, у великој мери постаје корисно. Осим тога, банка платиоца ће имати користи од додатног примаоца који повезује платформу – индиректни мрежни ефекат. Такође, могу бити неки негативни ефекти због повећане конкуренције – више банака се придружује платформи, конкурентније постаје за остале банке.

4. *MasterCard* случај

Европска комисија покренула је случај *MasterCard* везан за мултилатералне међубанкарске провизије и њихову усаглашеност са актима Европске уније.⁸³ У складу са правилима ЕУ о конкуренцији, Комисија је изјавила да је *MasterCard* прекршила члан 81 Уговора о ЕЗ ограничавајући ценовну конкуренцију у односу на банку стицаоца.⁸⁴ Истакнуто је да је *MasterCard* „увећао трошкове прихватања картице од стране трговца на мало без доказивања ефикасности“.⁸⁵ Нема сумње да је, услед све веће дигитализације и савременог начина плаћања, регулисање самог начина плаћања постало важно питање. Ипак, можемо се упитати да ли надлежни органи за конкуренцију (попут Европске комисије) могу повећати укупно економско благостање редукцијом мултилатералних међубанкарских провизија?⁸⁶ Да ли је електронско плаћање скупље од традиционалног?

Да ли би ово удружење⁸⁷ могло да се позове на члан 81(3)⁸⁸ како би оправдали мултилатералне међубанкарске провизије? Комисија је

82 J. Rochet, J. Tirole, „An Economic Analysis of the Determination of Interchange Fees in Payment Card Systems“, *Review of Network Economics*, 2/2003, 74.

83 Пре свега са чланом 101. Уговора о функционисању Европске уније.

84 Commission Decision, Case No. COMP/34.579 Master Card, COMP/36.518 Euro Commerce, COMP/38.580 Commercial cards, 19 December 2017, 6.

85 *Ibid.*

86 Европска комисија је дефинисала мултилатералне међубанкарске као „накнаде које банка („банка издавалац“) наплаћује трговачкој банци („банка стицалац“) за сваку продајну трансакцију извршену на тржишту са платном картицом“. Европска комисија, Примена конкуренције на тржиште платних картица, доступно на адреси: http://ec.europa.eu/competition/sectors/financial_services/enforcement_en.html, 6. 10. 2017.

87 Европска комисија је у овом случају истраживала и да ли *MasterCard* припада удружењу, као и услове и разлоге. *Ibid.*, 17–35,

88 Данашњи члан 101 (3) Уговора о функционисању Европске уније,

проценила функционалност и сврху *MasterCard*-ових међубанкарских накнада, што није дефинисала као „накнаду за услугу“,⁸⁹ већ као „средство за уравнотежење потраживања власника картице и трговца“.⁹⁰ Члан 81(3) услове за изузеће поставља на сличан начин. а) Технички или економски напредак: Комисија је утврдила неиспуњеност овог услова у конкретном случају, посматрајући трговце и кориснике картица, сматрајући да аргументи као што су „борба против готовинског плаћања“⁹¹ нису довољни. б) Праведан удео користи потрошачима: иако је *MasterCard* истицао да међубанкарска провизија служи „бољем функционисању система“,⁹² повећању конкуренције, „већој користи од умрежавања, веће покривености и бољим свеукупним перформансима, што, у сваком случају има користи од обе групе корисника, односно трговаца и власника картица“,⁹³ Комисија је одбацила овај аргумент. Корисност двостраног тржишта није повећана наметањем међубанкарских провизија на потрошаче, предлаже Комисија. „При постављању мултилатералне међубанкарске провизије, банка у картичној схеми мора гарантовати прави део користи за све кориснике, не само оне који су на страни схеме која примају провизију. У схеми у којој мултилатералну међубанкарску провизију плаћа стицалац издаваоцу, ефикасност мора поставити противтежу рестриктивним ефектима на штету трговаца (и накнадним куповинама). *MasterCard* није доставио доказе у вези са тим.“⁹⁴ в) Неопходност: у оквиру овог аргумента, *MasterCard* је заузео пасивнији став, тврдећи да „нема разлога за сумњу да ниво на којем је тренутно мултилатерална међубанкарска провизија постављена није оптималан“.⁹⁵ Комисија је закључила да нису испуњени услови за примену члана 81(3), и наложила измену правила везаних за мултилатералну међубанкарску провизију. У каснијој фази, *MasterCard* је оспоравала одлуку Европске комисије у два наврата, сматрајући да је улога провизије погрешно протумачена.⁹⁶

Постављање ценовне структуре на адекватан начин предмет је разматрања теорије и праксе у оквиру двостраних платформи. Роше и Тирол су истицали важност провизија и цена уопште у оквиру двостра-

89 *Ibid.*, par. 669,

90 *Ibid.*, par. 668.

91 *Ibid.*, par. 726.

92 *Ibid.*, par. 735.

93 *Ibid.*

94 *Ibid.*, par. 740.

95 *Ibid.*, par. 749.

96 The European Court of Justice, Case T- 111/08 MasterCard and Others v Commission, 24 May 2012; The European Court of Justice, Case C-382/12P, MasterCard Inc. and Others v European Commission, 11 September 2014.

них тржишта.⁹⁷ Како је истакнуто од стране Европског суда правде, неопходно је испитивање обе стране двостране структуре тржишта, како би се утврдило потенцијални антиконкурентни ефекти које производе платформе.⁹⁸ У прилог томе иде и закључак да право конкуренције ЕУ није креирано да подржава једну страну у оквиру двостране платформе, док другој иде на штету.⁹⁹

VI Закључак

Овим чланком изложена је економска структура двостраних платформи праћена анализом права ЕУ у делу који се односи на сегмент двостраних платформи. У првом делу су представљени покушаји дефинисања двостраних платформи као и њен појам, објашњени основни принципи у вези са двостраним тржиштем и представљена главна структура њених учесника. Из низа примера двостраних платформи узет је пример банкарско-картичног пословања као класичан пример у коме једна платформа окупља трговце и кориснике са циљем реализације економских трансфера, и показали смо и колико је сложено пронаћи равнотежу између кажњивог и економски прихваћеног понашања банака. Са развојем нових начина пословања, неопходно је изнаћи правне инструменте која ће спречити повреде права конкуренције. Покушај да се да одговор на питање на који начин комисије за заштиту конкуренције треба да идентификују потенцијалне проблеме који израђају из двостраних платформи, а да решења која проналазе буду у складу са тржишном ефикасношћу и правом конкуренције представља прави изазов са којим ће бити суочене у блиској будућности.

97 J. Rochet, J. Tirole (2003), 990–1029.

98 The European Court of Justice, Case C-382/12P, MasterCard Inc. and Others v European Commission, 11 September 2014.

99 *Ibid.*, par. 242–243.

Sonja ČEKIĆ
master of European integration

DIGITAL PLATFORMS: COMPETITION LAW ANALYSIS OF TWO-SIDED MARKETS

Summary

One of the most significant current discussions in economic theory is focused on markets that brings together two different groups of natural or legal persons who wish to communicate via 'platform' and where interaction depends on number of participants joining the same platform. This article tends to focus on basic principles related to two-sided markets, network externalities, participants, pricing strategies and potential abuses of this relatively new way of business. In the pages that follow it will be examined one of typical two-sided markets examples, credit card platform, and presented case-law developments concerning fee architecture within payment card systems. Little is known about two-sided theory and it is not yet clear what factors distinguish it from traditional companies; however, competition law analysis is indispensable and significant. This point to the need to understand the different perceptions of the two-sided markets that exist between users; and the chance to take on a new and interesting way to present a selection of intriguing case-laws related to this research decided upon by main European Union Institutions, the European Commission and the European Court of Justice.

Key words: *two-sided market, platforms, intermediation, pricing, payment cards.*