

## **Концепция рыночной власти ее источников в контексте цифровых платформ**

Заявка № 1310656

Для эффективной реализации антимонопольного регулирования необходимо четко разграничивать теоретические понятия, среди которых одним из ключевых можно считать концепцию рыночной власти. При этом в современной научной литературе соотношение понятий рыночной власти и близкого к нему понятия переговорной силы определено недостаточно точно [Князева и Заикин, 2022]. В связи с чем, в рамках исследования на первом этапе подробно рассматриваются данные термины, а также смежные с ними – монополия/монопсонная власть и уравнивающая сила. На основе анализа научных работ формируются современные представления о концепциях рыночной власти и переговорной силы, а также выделяются ключевые различия между ними.

Также особенно важно рассмотреть указанные определения в контексте деятельности цифровых платформ, которая все чаще привлекает внимание антимонопольных органов [OECD, 2022]. На втором этапе исследования анализируется специфика их деятельности, а затем для иллюстрации взаимодействия и различий между концепциями рыночной власти и переговорной силы на цифровых платформах разрабатывается теоретико-игровая модель, в основе которой лежит переговорный процесс о снижении комиссионных отчислений между владельцами платформы и продавцами, которые планируют на нее выйти.

На заключительном этапе исследования анализируются источники рыночной власти цифровых платформ, отражающие специфику их деятельности. В качестве дополнительных источников рыночной власти рассматриваются большие данные и эксклюзивные контракты, влияние которых в научной литературе пока однозначно не определено.

Часто данные в экономической теории определяются как общественное благо [Nuccio, Guerzoni, 2019; Taylor, 2016]. Однако, на наш взгляд, данная характеристика не является верной для концепции больших данных. Актуальные общедоступные большие данные действительно можно считать общественным благом, а исторические большие данные скорее стоит рассматривать как клубное благо. Это связано с ограниченным доступом к историческим большим данным, которым в полном объеме обладают только присутствующие на рынке цифровые платформы. Доступной в веб-архивах информации обычно недостаточно для планирующих выйти на рынок цифровых платформ, что создает дополнительные барьеры для входа на рынок.

Влияние эксклюзивных контрактов на рыночную власть цифровых платформ особенно интересно с точки зрения антимонопольного регулирования *ex ante*. В рамках исследования выявлено, что они оказывают положительное влияние на рыночную долю цифровых платформ. При этом контракты такого типа заключаются между агентами заранее, что позволяет регулирующим органам прогнозировать изменение долей крупнейших игроков на рынке в будущем. Указанное выше положительное влияние выявляется при помощи эконометрического моделирования. В качестве зависимой переменной рассматривается доля платформы на рынке, а в качестве контрольных – количество и оценка качества цифрового контента (пользовательские и экспертные оценки отдельно), его возрастной рейтинг, а также фиксированные эффекты платформы и времени. Объясняющей переменной выступила доля эксклюзивного контента на цифровой платформе, при чем предполагалось, что она характеризуется убывающей предельной отдачей от масштаба, что отличает данный подход от предыдущих исследований.

На основе проведенного исследования формируются рекомендации для регулирующих органов.

### **Источники и литература**

- 1) Князева И.В., Заикин Н.Н. Понятия «рыночная власть», «переговорная сила покупателя» и их использование в практике антимонопольного регулирования для оценки конкурентных условий рынка (анализ научных дискуссий) // Российское конкурентное право и экономика. 2022А. Специальный выпуск. С. 12–18. DOI: 10.47361/2542-0259-2022-SpV-12-18.
- 2) OECD. The Evolving Concept of Market Power in the Digital Economy, OECD Competition Policy Roundtable. 2022. URL: <https://www.oecd.org/daf/competition/the-evolving-concept-of-market-power-in-the-digital-economy-2022.pdf>
- 3) Nuccio M., Guerzoni M. Big data: Hell or heaven? Digital platforms and market power in the data-driven economy // Competition & Change. 2019. Vol. 23. Issue 3. Pp. 312–328. DOI: 10.1177/1024529418816525
- 4) Taylor L. The ethics of big data as a public good: which public? Whose good? // Philosophical Transactions of the Royal Society A: Mathematical, Physical and Engineering Sciences. 2016. Vol. 374. Issue 374. DOI: 10.1098/rsta.2016.0126