

DOI: [10.32702/2307-2105-2020.11.101](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.11.101)

УДК 339.146

I. А. Островський,

*к. е. н., доцент, доцент кафедри економічної теорії та міжнародної економіки, Харківський
національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова, м. Харків*

ORCID ID: 0000-0002-7444-2560

Н. В. Можайкіна,

*к. е. н., доцент, доцент кафедри економічної теорії та міжнародної економіки, Харківський
національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова, м. Харків*

ORCID ID: 0000-0003-4433-6879

ЦИФРОВІ ПЛАТФОРМИ В МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ: ПРОБЛЕМИ АНТИМОНОПОЛЬНОГО РЕГУЛЮВАННЯ

I. Ostrovskyi

PhD in Economics, Associate Professor,

*Associate Professor of the Department of Economic Theory and International Economics,
O. M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv, Kharkiv*

N. Mozhaikina

PhD in Economics, Associate Professor,

*Associate Professor of the Department of Economic Theory and International Economics,
O. M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv, Kharkiv*

DIGITAL PLATFORMS IN INTERNATIONAL TRADE: PROBLEMS OF ANTITRUST REGULATION

У статті розглянуто сучасні особливості розвитку цифрових платформ на тлі сучасних макроекономічних збурень попиту і пропозиції. Обґрунтовано актуальність подальших досліджень позитивних і негативних екстерналій впровадження цифрових платформ. Йдеться про ознаки класичного неконкурентного суспільного блага. Досліджено системотворюючу роль ефекту масштабу й мережових ефектів. Проаналізовано антиконкурентну поведінку компаній, що володіють цифровими платформами. Узагальнено три типи антиконкурентної поведінки операторів цифрових платформ: можливість знищення ресурсів конкурента, поглинання конкурентів, що зароджуються, відмова в доступі до бази даних. Відзначено фактичну відсутність належних інструментів для оцінки можливих антиконкурентних ефектів поведінки фірм на зазначених типах ринків. Підкреслено необхідність гармонізації національних законодавчих актів конкурентної політики стосовно цифрового платформеного бізнесу.

The article considers modern features of digital platforms development against the background of modern macroeconomic disturbances of supply and demand. The purpose of the article is to highlight the contradictions in the development of international digital platforms in world trade and the need to develop appropriate macroeconomic antitrust measures. The activity of digital platforms promotes the exchange of values between producers and consumers. This opportunity

is provided by the interaction of macroeconomic, political, social and geographical factors. The basic condition for the creation and use of this technological advantage is the availability of digital infrastructure, high-speed communication networks. Few global online platforms have taken up much of the overall market, benefiting from scale and network effects. Local e-commerce platforms are often supported by foreign capital. Once local platforms reach a certain level of scale, they become attractive to global players. The relevance of further research on the positive and negative externalities of digital platforms is substantiated. These are signs of a classic non-competitive public good. There are two approaches to explaining the reasons for the dominance of the largest digital platforms. The first approach is based on market concentration and network effects. The second approach points to the anti-competitive behavior of companies that own digital platforms. The anticompetitive behavior of companies with digital platforms is analyzed. Three types of anticompetitive behavior of digital platform operators are generalized: the possibility of destroying the resources of a competitor, the absorption of emerging competitors, and the denial of access to the database. The actual lack of appropriate tools to assess the possible anti-competitive effects of firms' behavior in these types of markets is noted. The antitrust authorities of many countries are just beginning to address the issues of regulating the operation of digital platforms. They demonstrate different approaches to assessing the behavior of market agents. The need to harmonize national legislation on competition policy regarding digital platform business is emphasized.

Ключові слова: міжнародна торгівля; цифрові платформи; ефект масштабу; ринкова влада; антимонопольна політика.

Keywords: international trade; digital platforms; economies of scale; market power; antitrust policy.

Постановка проблеми. Макроекономічні збурення попиту і пропозиції на тлі пандемії COVID-2019 прискорили дослідження цифрових важелів соціально-економічного розвитку. Динамічна цифровізація світової економіки багато в чому визначає поточний стан і майбутні перспективи розвитку окремих галузевих ринків, викликаючи заклопотаність відносно функціонування традиційних видів бізнесу й ефективності регуляторної державної політики доцифрової пори. Одним з головних інструментів цифрової економіки поряд із штучним інтелектом, квантовими обчисленнями, блокчейном, інтернетом речей є цифрові платформи. Їх бурхливий розвиток супроводжується низкою позитивних і негативних екстерналій. Поряд із безсумнівними перспективами виникають суперечливі наслідки, що потребують своєчасного теоретичного осмислення. Однією з таких суперечностей є антиконкурентна поведінка провідних цифрових гігантів. Таким чином, визначення і врахування імовірних проблем є актуальними та своєчасними.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичним питанням цифрової трансформації економіки, зокрема, використанню цифрових платформ присвятили наукові дослідження Н. М. Краус, К. М. Краус, О. В. Марченко, І. В. Круп'як, О. В. П'янова, О. С. Ралко, Д. І. Олійник, Л. С. Ревенко, Н. С. Ревенко, К. О. Січкаренко [1-6] і багато інших вітчизняних економістів. Узагальнення світового досвіду прикладання платформеного підходу знайшли відображення в низці аналітичних записок Національного інституту стратегічних досліджень [7-8]. Але, незважаючи на значну кількість публікацій, питання антимонопольного потребують подальшого розвитку.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою даної статті є висвітлення суперечностей розвитку міжнародних цифрових платформ у світовій торгівлі та необхідність розробки відповідних макроекономічних антимонопольних заходів.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Платформений підхід до економічної діяльності в цілому є основною перетворюючою силою епохи цифровізації. Багатоваріативність понять платформеної економіки визначали Нобелівський лауреат Ж. Тіроль, а також А. Моазед і Н. Джонсон [9].

Діяльність цифрових платформ сприяє обміну цінностями між виробниками й споживачами. Така можливість забезпечується взаємодією макроекономічних, політичних, соціальних і навіть просторово-географічних факторів. При цьому базовою умовою створення й використання цієї технологічної переваги є наявність цифрової інфраструктури, високошвидкісних мереж зв'язку. У ряді країн миру відсутність елементів такої інфраструктури у віддалених районах являє собою важкоподоланий бар'єр.

В умовах цифрової економіки дані (інформація) стають найважливішим фактором виробництва, а їх зростаючі обсяги стимулюють розвиток штучного інтелекту й інноваційних послуг. Йдеться про ознаки

класичного неконкурентного суспільного блага (як, наприклад, повітря) і ця «неконкурентність» проявляється в тому, що багато з людей можуть використовувати дані одночасно, а їх запас не буде виснажуватися (разом з тим, не можна очікувати, що ринки будуть ефективно генерувати й розподіляти такі товари). Тобто очевидні також передумови виникнення позитивних і негативних екстерналій.

Впровадження цифрових платформ усунуло деякі традиційні перешкоди, зокрема, потребу у власних ресурсах і встаткуванні для інформаційних технологій, в експертних знаннях для створення й підтримки присутності в мережі.

Одним з варіантів є використання онлайн торговельних майданчиків, деякі з яких надають повний спектр послуг, тоді як інші діють головним чином для зустрічі покупців і продавців. Вони часто спеціалізуються на певних типах продукції – фізичних товарах, цифрових продуктах, послугах на основі ІКТ. Міжнародні торговельні онлайн-майданчики можуть бути відкриті винятково для міжнародних продавців і покупців. У країнах з ринками електронної комерції, що розширюються, вітчизняні та міжнародні постачальники платформ часто конкурують один з одним.

Небагато великих онлайн-майданчиків зайняли значну частину загального ринку, вигравши від ефекту масштабу й мережних ефектів. Однак у багатьох країнах, що розвиваються, такі платформи доповнюються національними або регіональними. Розвиток місцевої індустрії електронної комерції забезпечується за рахунок більш коротких строків постачання, гнучких варіантів оплати. Інші потенційні переваги для вітчизняної електронної комерції можуть включати більш тісні зв'язки з місцевими галузями й постачальниками, зниження залежності від імпорту й більшу відкритість для підтримки експорту. У країнах, що розвиваються, з'являється усе більше платформ електронної комерції, часто за допомогою іноземного капіталу. Місцеві платформи також можуть динамічно розвиватися, зокрема, через відсутність глобальних конкурентів на внутрішньому ринку.

Межа між місцевими та закордонними платформами стає усе більш розмитою. Місцеві платформи електронної комерції часто підтримуються іноземним капіталом. Як тільки локальні платформи досягають певного рівня масштабу, вони стають привабливими для глобальних гравців. Більше того, через наявність мережних ефектів локальні платформи можуть виявитися неефективними, поки не досягнуть значних розмірів, з точки зору користувачів. У ситуації, коли тільки 2–3 % споживачів здійснюють покупки в Інтернеті, деяким компаніям не варто займатися цифровими платформами. Можливо, їм доведеться почекати, поки ринок покаже деяке зростання, але з іншого боку, якщо є такі очікування, може бути вигідним погодитися з низькою або негативною прибутковістю протягом деякого часу, щоб одержати так звані «переваги першопрхідника» (first-mover advantage).

Існує два підходи до пояснення причин домінування найбільших цифрових платформ. *Перший* в основу ринкової концентрації на розглянутих типах ринку ставить ефекти масштабу й мережні ефекти, характерні для ринків із двобічними мережевими ефектами. *Інший* підхід указує в першу чергу на антиконкурентну поведінку компаній, що володіють цифровими платформами.

Через відсутність належних інструментів для оцінки антиконкурентних ефектів поведінки цифрових гігантів спостерігаються різні підходи в діяльності антимонопольних органів.

На глобальні масштаби розвитку платформеного бізнесу вказує той факт, що в топ-десятку світового рейтингу з ринкової капіталізації компаній входять шість лідерів платформеного бізнес-моделювання (Facebook, Google, Amazon, Apple, Alphabet, Alibaba).

Компанії, що створили унікальні технологічні бізнес-моделі, продемонстрували за останнє десятиліття експонентне зростання ринкової вартості і прогресуючу монопольну владу відносно баз даних, технологій і людських ресурсів.

В окремих галузях за підсумками 2019 р. виявлено високу концентрацію влади в руках цифрових гігантів: Facebook концентрує 73,9 % і 63,7 % від європейського й світових ринків соціальних медіа; 92,7 % ринку пошукових систем у світі належить Google; 47,8% ринку публічних хмарних послуг надає Amazon; 22,9 % ринку мобільних операційних систем у світі належить Apple [10].

Експонентний розвиток даних цифрових платформ пояснюється, у першу чергу, особливостями ринків із двобічними або багатобічними мережевими ефектами. Найчастіше розуміють ринки, на яких існують мінімум дві групи користувачів послуг. Корисність кожного користувача першої групи залежить від числа користувачів другої групи та не залежить від кількості користувачів першої групи. Причому термін «ринок» позначається вільно й не визначається в тому сенсі, яке йому пропонують антимонопольні органи різних країн.

Наукове співтовариство часто використовує двобічні платформи (two-sided platforms) як синонім двобічних ринків (two-sided markets). Компанії-власники двобічних платформ можуть впливати на обсяг трансакцій (угод), стягуючи більшу плату з однієї групи користувачів і зменшуючи або обнулюючи ціну для інших користувачів. Тобто структуризація ціни відіграє ключову роль у бізнес-стратегії платформи для забезпечення присутності як першої, так і другої групи користувачів.

За іншою точкою зору, найбільші цифрові платформи зобов'язані своїм домінуванням на ринках не антиконкурентній поведінці, а ефектам масштабу або аддитивним ефектам. В основі даних ефектів лежать два визначальні моменти: граничні витрати, близькі до нуля, та великі бази даних (big data).

Більша частина витрат власників цифрових платформ – це оплата праці технічного персоналу й модераторів контенту. Після створення пошукової системи споживачі можуть використовувати її в будь-

якому місці нескінченно. Вартість надання цієї послуги для цифрової платформи залишиться практично незмінною.

Іншим складником виступають великі масиви даних (big data). Кожний споживач, здійснюючи пошук інформації й залишаючи «цифровий слід», знижує собівартість обслуговування одиниці послуги з пошуку інформації наступного споживача. Інтенсивність цього ефекту збільшується завдяки використанню машинного навчання і штучного інтелекту.

Можливість масштабування цифрового бізнесу без значних фізичних активів значно впливає на конкуренцію на окремих світових ринках.

Збільшуючи частку компанії шляхом купівлі стартапів, малих і середніх фірм, цифрові гіганти ще більш захищають себе від конкуренції. Це загрожує зростанню продуктивності світової економіки внаслідок можливого зниження технічної ефективності й погіршення розподілу ресурсів між фірмами й галузями. Ринкова влада цифрових платформ також може знизити стимули, що підштовхують фірми до інновацій, і сповільнити поширення технологій між фірмами, приводячи до ще більшої різниці в доходах.

Крім того, компанії-власники цифрових платформ, збираючи інформацію про своїх користувачів, одержують можливість економії внаслідок того, що зібрані дані можуть бути застосовані при вдосконаленні інших послуг цифрової компанії.

Крім аддитивних ефектів, цифрові гіганти зобов'язані своєю ринковою владою антиконкурентною поведінкою. Виділяють три типи антиконкурентної поведінки операторів цифрових платформ:

- можливість знищення ресурсів конкурента;
- придбання конкурентів, що зароджуються;
- відмова в доступі до даних.

Можливість знищення ресурсів конкурента полягає в наступному. Цифрова платформа дає можливість забезпечувати функціонування нових фірм у формі майданчика, на якому розміщаються додатки цих фірм. Однак власник платформи може знищити додаток фірми на своїй платформі, а значить будь-який додаток інших фірм перебуває в зоні знищення власником платформи.

Даний тип антиконкурентної поведінки компаній-власників цифрових платформ має як позитивні, так і негативні сторони. Коли власник платформи копіює певну інноваційну функцію та інтегрує її у власну платформу, це розширює усю платформу й збільшує переваги споживачів. У той же час експропріація зони знищення стає проблемою антимонопольного регулювання.

У випадку придбання конкурентів фірма-новатор, яка припинила самостійне існування, потенційно могла б стати конкурентом платформи. Це привело б до зростання конкуренції та суспільного добробуту.

Ще однією формою антиконкурентної поведінки цифрових платформ може бути відмова в доступі до даних. Проблема контролю даних як джерела незаконної переваги на ринках цифрових платформ усе більше привертає увагу антимонопольних органів в усьому світі.

Питання, чи треба конкурентам надавати дані, накопичені внаслідок, наприклад, збереження цифрових запитів споживачів, залишається відкритим. Такі дані повинні розглядатися як праця користувачів цифрових платформ. Власники цифрових сервісів не мають виключних прав на ці дані. Аргументація проти полягає в наступному: онлайн-споживачі не надають дані в корисній для платформи формі. Платформи на основі технологій аналітики big-data самі формують масиви знань про переваги користувачів і тим самим створюють додану вартість.

Антимонопольні органи багатьох країн тільки починають займатися питаннями регулювання діяльності цифрових платформ і демонструють іноді кардинально різні підходи до оцінки поведінки цифрових платформ на тих або інших ринках.

Так, Європейська комісія з конкуренції обвинуватила Google у зловживанні домінуючим положенням в інтернет-пошуку. Google систематично віддавав провідне місце своєму власному сервісу. У той же час Федеральна комісія з торгівлі США не знайшла в такій же організації вертикального пошуку Google у США ознак експропріації [11].

Висновки. Основною причиною різного підходу антимонопольних органів до діяльності цифрових гігантів є відсутність на сьогоднішній день належних інструментів для оцінки можливих антиконкурентних ефектів поведінки фірм на таких типах ринків.

Дійсно, характер і чинність мережевих екстерналій на багатобічних ринках цифрових платформ вимагає розробки нових підходів до практичних методів і антимонопольного інструментарію регулюючих органів, а також гармонізації національних законодавчих актів конкурентної політики стосовно нових типів ринків.

Література.

1. Краус Н. М., Краус К. М., Марченко О. В. Платформена економіка: наратив інноваційного становлення підприємницьких університетів та філософія розвитку на засадах цифровізації. Ефективна економіка. 2020. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7566> (дата звернення: 19.11.2020).
2. Круп'як І. В. Вектори зовнішньої торгівлі держави в умовах сучасних економічних перетворень. *Економіка та управління національним господарством*. Випуск 20.2017.С.158–162.
3. П'янова О. В., Ралко О. С. Зовнішня торгівля України: проблематика структурних змін та пріоритетів. *Економіка і суспільство*. Випуск 5. 2016. С. 65–71.

4. Олійник Д. І. Інноваційний розвиток територіальних громад в умовах четвертої технологічної революції: пріоритети та перспективи. Київ : НІСД, 2018. 52 с.
5. Ревенко Л.С., Ревенко Н.С. Международная практика реализации программ развития цифровой экономики. Примеры США, Индии, Китая и ЕС. *Международные процессы*. 2017. № 4. С. 20–39.
6. Січкаренко К. О. Розвиток цифрових освітніх платформ та поширення цифрових компетенцій в освіті. *Ефективна економіка*. 2018. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6792> (дата звернення: 19.11.2020).
7. Глобальні тенденції і проблеми розвитку освіти: наслідки для України. Аналітична записка. *Сайт Національного інституту стратегічних досліджень при Президентові України*. URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/1537/> (дата звернення: 19.11.2020).
8. Освіта протягом життя як чинник людського розвитку. Аналітична записка. *Сайт Національного інституту стратегічних досліджень при Президентові України*. URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/1865/> (дата звернення: 19.11.2020).
9. Моazed А., Джонсон Н. Платформа. Практическое применение революционной бизнес-модели. М: Альпина Паблишер, 2019. 288 с.
10. Five Ways to Win with Digital platforms. *G20 Young entrepreneurs' Allianc*. URL: https://www.accenture.com/us-en/_acnmedia/pdf-29/accenture-five-ways-to-win-with-digital-platforms-full-report.pdf (дата звернення: 19.11.2020).
11. J. Haucap. A German Approach to Antitrust for Digital Platforms. *Digital Platforms and Concentration: Second Annual Antitrust and Competition Conference Stigler Center for the Study of the Economy and the State University of Chicago Booth School of Business*. URL: <https://promarket.org/wp-content/uploads/2018/04/Digital-Platforms-and-Concentration.pdf> (дата звернення: 19.11.2020).

References.

- 1 Kraus, N., Kraus, K. and Marchenko, O. (2020), "Platform economy: the draft of innovative establishment of entrepreneurial universities and the philosophy of development on the basis of digitalization", *Efektivna ekonomika*, [Online], vol. 1, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7566> (Accessed 19 Nov 2020).
- 2 Krupiiak I.V. (2017), "Foreign trade vectors of state under current economic transformations", *Ekonomika ta upravlinnia natsional'nym hospodarstvom*, vol. 20, pp.158–162.
- 3 P'iankova O. V. and Ralko O. S. (2016), "Foreign trade of Ukraine: problems of structural changes and priorities", *Ekonomika i suspilstvo*, vol. 5, pp. 65–71.
- 4 Oliynyk D.I. (2018), *Innovatsiyni rozvytok terotorialnykh hromad v umovakh chetvertoi tekhnolohichnoy revoliutsii: priorytety ta perspektyvy* [Innovative development of territorial communities in the conditions of the fourth technological revolution: priorities and prospects], NISD, Kyiv, Ukraine.
- 5 Revenko L.S. and Revenko N.S. (2017), "International practice of implementing programs for the development of the digital economy. Examples from the USA, India, China and the EU", *Mezhdunarodnyye processy*, vol. 4, pp. 20–39.
- 6 Sichkarenko, K. O. (2018), "Digital educational platforms development and digital competences dissemination in education", *Efektivna ekonomika*, [Online], vol. 12, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6792> (Accessed 19 November 2020).
- 7 The official site of National Institute for Strategic Studies (2014), "Global Trends and Problems of Education Development: Implications for Ukraine. Analytical note", available at: <http://www.niss.gov.ua/articles/1537/> (Accessed 19 November 2020).
- 8 The official site of National Institute for Strategic Studies (2015), "Life-long education as a factor in human development. Analytical note", available at: <http://www.niss.gov.ua/articles/1865/> (Accessed 19 November 2020).
- 9 Moazed A. and Johnson N. (2019), *Platforma. Prakticheskoe primeneniye revolyucionnoy biznesmodeli* [Platform. The practical application of a revolutionary business model], Al'pina Publisher, Moscow, Russia.
- 10 G20 Young entrepreneurs' Alliance (2019). "Five Ways to Win with Digital platforms", available at: https://www.accenture.com/us-en/_acnmedia/pdf-29/accenture-five-ways-to-win-with-digital-platforms-full-report.pdf (Accessed 19 November 2020).
- 11 Haucap J. (2018), "A German Approach to Antitrust for Digital Platforms". *Digital Platforms and Concentration: Second Annual Antitrust and Competition Conference Stigler Center for the Study of the Economy and the State University of Chicago Booth School of Business*, available at: <https://promarket.org/wp-content/uploads/2018/04/Digital-Platforms-and-Concentration.pdf> (Accessed 19 November 2020).

Стаття надійшла до редакції 20.11.2020 р.