В диссертационный совет ФГБОУ ВО
«Российская академия народного
хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации»
119571, г. Москва,
проспект Вернадского, д. 82

ОТЗЫВ

члена диссертационного совета
Российской академии народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации
по диссертации Вартаняна Сергея Вартановича
«Организационно-экономический механизм оценки влияния маркетплейсов
на рыночную власть в системе электронной торговли»,
представленной на соискание учёной степени кандидата экономических наук
по специальности 5.2.6. Менеджмент

Актуальность темы диссертационного исследования

Российский рынок розничной интернет-торговли переходит от стадии ускоренного экспоненциального роста к более зрелой фазе развития, в которой определяющее значение приобретает не столько расширение оборотов, сколько распределение экономических выгод и управленческого контроля между участниками. По данным Data Insight, в 2025 году объём рынка достиг 13,4 трлн руб. при 8,3 млрд онлайн-заказов. На маркетплейсы пришлось 81% всех онлайн-заказов и 62% объёма продаж. Проведённый соискателем расчёт индекса Херфиндаля–Хиршмана для российского рынка маркетплейсов дал значение 3590,14 пункта, что характеризует высокий уровень концентрации (§ 2.3, с. 56–63).

В этих условиях конкурентное взаимодействие продавцов во всё большей степени переносится во внутренний контур цифровых платформ. Оператор маркетплейса определяет условия доступа к покупательскому спросу, параметры алгоритмической видимости товарных предложений, порядок использования данных, тарифные условия и внутренние правила поведения участников. Традиционные показатели рыночной концентрации и

рыночной власти, разработанные для товарных рынков классического типа, характеризуют преимущественно структурную и ценовую стороны рынка и не отражают указанные механизмы платформенного влияния.

Дополнительную значимость теме придаёт принятие Федерального закона от 31.07.2025 № 289-ФЗ «Об отдельных вопросах регулирования платформенной экономики в Российской Федерации», который сформировал правовую рамку отношений в платформенной экономике, но не предложил экономико-управленческого инструментария диагностики платформенного влияния. Тем самым исследование нацелено на разрешение научного противоречия между объективным усилением влияния маркетплейсов на структуру электронной торговли и недостаточной разработанностью теоретико-методических подходов к его комплексной оценке, что соответствует проблематике специальности 5.2.6. Менеджмент.

Достоверность и обоснованность научных положений, выводов и рекомендаций

Выносимые соискателем на защиту научные результаты соответствуют поставленным цели и задачам диссертации и логически вытекают из её содержания. Теоретической основой исследования выступают положения микроэкономической теории, теории многосторонних рынков, концепции сетевых эффектов и экономики цифровых платформ, а также труды отечественных и зарубежных учёных в области платформенной конкуренции и антимонопольного регулирования цифровых рынков.

Информационная база исследования включает статистические и аналитические данные Росстата, Минэкономразвития России и ФАС России, нормативные правовые акты, финансовую отчётность и корпоративные материалы Ozon и ООО «Яндекс», отраслевые обзоры Data Insight и АКИТ, открытые тарифные условия, оферты и регламенты взаимодействия маркетплейсов с продавцами, а также расчётно-аналитические данные автора по 50 субъектам малого и среднего предпринимательства. Применённые методы — структурно-логическое моделирование, многокритериальный

анализ с нормализацией разнородных показателей, метод парных сравнений, проверка согласованности экспертных суждений с использованием коэффициента конкордации, расчёт индекса Херфиндаля–Хиршмана и расчётно-сценарная оценка — адекватны предмету и задачам исследования.

Степень достоверности результатов подтверждается их апробацией. Апробация методического инструментария осуществлялась в период с сентября 2024 года по май 2026 года. Основные положения исследования докладывались на четырёх научных мероприятиях 2024–2025 гг.. Результаты диссертационного исследования отражены в трёх научных статьях в рецензируемых изданиях: двух — в журнале «Проблемы теории и практики управления» и одной — в журнале «Вестник Академии знаний».

Новизна научных положений, выводов и рекомендаций

Научная новизна исследования состоит в разработке теоретико-методических положений и организационно-экономического механизма оценки влияния маркетплейсов на перераспределение рыночной власти в системе электронной торговли и раскрывается в следующих пяти положениях, выносимых на защиту.

1. Определено содержание теоретической категории «рыночная власть маркетплейса». Новизна заключается в том, что рыночная власть маркетплейса рассматривается не как простое продолжение традиционной ценовой рыночной власти фирмы, а как способность цифровой платформы перераспределять экономические выгоды и условия конкурентного взаимодействия между продавцами, покупателями и оператором платформы. Источником такой власти выступает контроль над инфраструктурой доступа к покупательскому спросу, алгоритмической видимостью товаров, данными, условиями сделок и правилами поведения участников. На этой основе автором построена пятикомпонентная модель платформенной рыночной власти, включающая инфраструктурный, алгоритмический, информационный, трансакционный и институциональный компоненты. С методологической точки зрения ценность результата состоит в том, что маркетплейс впервые

последовательно интерпретирован не только как посредник, но и как самостоятельный центр управленческого воздействия на систему цифровой торговли (гл. 1, § 1.1, с. 23–28; пп. 1, 4, 26 паспорта специальности 5.2.6).

2. Разработан методический инструментарий оценки рыночной власти маркетплейсов и предложен интегральный индекс рыночной власти маркетплейса (ИИРВМ). Новизна заключается в том, что показатели рыночной структуры, масштаба деятельности, тарифной нагрузки, алгоритмического управления и институционального контроля используются не изолированно, а как эмпирические индикаторы конкретных компонентов авторской пятикомпонентной модели. Весовые коэффициенты индекса обоснованы по результатам опроса экспертной группы из десяти специалистов с применением процедуры парных сравнений, построения осреднённой матрицы и расчёта нормированных приоритетов; согласованность экспертных суждений подтверждена коэффициентом конкордации. Тем самым количественная оценка платформенного влияния получает формализованное и проверяемое обоснование (гл. 3, § 3.1, с. 67–88; пп. 5, 6, 26 паспорта специальности 5.2.6).

3. Разработана структурно-логическая модель перераспределения платформенной рыночной власти в системе электронной торговли. Если пятикомпонентная модель определяет состав каналов платформенного влияния, то структурно-логическая модель раскрывает последовательность их включения: от роста масштаба платформы и усиления сетевых эффектов — к инфраструктурной зависимости продавцов, алгоритмическому управлению видимостью товаров, концентрации данных, изменению трансакционных условий и институциональному закреплению внутренних правил экосистемы. В отличие от подходов теории двусторонних рынков, акцентирующих взаимодействие групп пользователей через платформу-посредника, модель рассматривает маркетплейс как управленческий центр экосистемы. Её самостоятельное значение состоит в объединении теоретических положений, методического инструментария и его апробации в единую причинно-

процессную конструкцию (гл. 3, § 3.2, с. 89–103; пп. 4, 5, 26 паспорта специальности 5.2.6).

4. Выявлены, систематизированы и расчётно обоснованы каналы перераспределения рыночной власти между маркетплейсами, продавцами и покупателями. В отличие от описательного сопоставления компаний, автор провёл расчётную декомпозицию платформенной рыночной власти по пяти каналам. Значение ИИРВМ составило 0,818 для Ozon и 0,429 для Яндекс Маркет; наибольший взвешенный вклад в итоговое значение индекса для Ozon вносят инфраструктурный, алгоритмический и информационный компоненты. На выборке 50 компаний малого и среднего бизнеса выявлена двойственная природа воздействия маркетплейсов на продавцов за 2023–2025 гг. Полученный расчётный результат характеризует механизм, при котором расширение доступа к спросу сопровождается ростом платформенной нагрузки (гл. 3, § 3.3, с. 104–126; пп. 5, 6, 26 паспорта специальности 5.2.6).

5. Разработан организационно-экономический механизм оценки и регулирования влияния маркетплейсов на перераспределение рыночной власти. Механизм объединяет субъектно-организационный, аналитико-методический, регуляторно-инструментальный блоки и блок обратной связи в единый цикл «сбор и верификация данных — расчёт ИИРВМ — определение уровня платформенного влияния — выбор дифференцированных мер — оценка результата — корректировка методики и инструментов регулирования». Новизна состоит в том, что платформенная рыночная власть рассматривается не только как объект последующего антимонопольного реагирования, но и как объект упреждающей управленческой диагностики; при этом применение ИИРВМ не подменяет установленную законодательством процедуру определения доминирующего положения, а выступает предварительным экономико-управленческим инструментом. Расчётно-сценарная оценка автоматизированной системы мониторинга как капиталоёмкого элемента механизма показала NPV 766 млн руб. при ставке

дисконтирования 10% и дисконтированный срок окупаемости 2,49 года (гл. 3, § 3.4, с. 127–150; пп. 4, 5, 6, 26 паспорта специальности 5.2.6).

Таким образом, научная новизна исследования заключается не в отдельных улучшениях, а в построении методологически согласованной системы: от уточнения содержания категории рыночной власти маркетплейса через модель её перераспределения и расчётный индекс к организационно-экономическому механизму, пригодному для использования органами государственного регулирования, операторами платформ, субъектами малого и среднего предпринимательства и их отраслевыми объединениями.

Пожелания и замечания по диссертации и дальнейшему развитию темы данного исследования.

Отмечая достаточно высокий научный уровень диссертации, нужно высказать следующие пожелания и замечания, которые носят больше рекомендательный характер в перспективе дальнейших исследований автора.

1.В части обоснования весовой структуры ИИРВМ степень чувствительности итогового значения индекса к выбору весов составляющих должна быть проверена через анализ устойчивости (sensitivity analysis). Без такой проверки индекс может быть инкриминирован в конструктивном субъективизме.

2. В вопросе операционализации понятия «рыночная власть» применительно к двусторонним платформам необходимы уточнения. Классические определения рыночной власти (способность устойчиво поддерживать цены выше конкурентного уровня) применимы к платформам лишь с существенными оговорками, поскольку платформы нередко субсидируют одну сторону за счёт другой. Желательно чётко зафиксировать: какое измерение власти над продавцами или покупателями, или над экосистемой в целом является центральным в предложенной модели.

3. Говоря о временном горизонте апробации важно отметить, что данные за 2022–2024 гг. охватывают период значительных структурных сдвигов российского рынка (уход зарубежных игроков, резкое ускорение

роста отечественных платформ). Автору следует эксплицитно оговорить: в какой мере полученные результаты являются устойчивыми структурными характеристиками рынка, а в какой — артефактом данного специфического периода.

4. В контексте разграничения конкурентной концентрации и рыночной власти нужно различать, что в ряде случаев высокая концентрация является следствием эффективности, а не злоупотреблений. Желательно, чтобы предложенный механизм предусматривал процедуру такого разграничения во избежание ложноположительных сигналов для регулятора.

Замечания не снижают качество выполненной работы, которая заслуживает высокой положительной оценки.

Заключение

Диссертация Вартаняна Сергея Вартановича «Организационно-экономический механизм оценки влияния маркетплейсов на рыночную власть в системе электронной торговли» является завершённой научно-квалификационной работой, в которой содержится решение научной задачи, имеющей существенное значение для развития теории и практики управления в условиях платформенной экономики, что соответствует требованиям Положения о присуждении учёных степеней, утверждённого Постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 года № 842, и Порядка присуждения учёной степени кандидата наук, учёной степени доктора наук в Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, утверждённого приказом ректора ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (в редакции приказа от 30 апреля 2025 года № 02-763, приказ об изм. № 02-1313 от 10.07.2025; приказ об изм. № 02-1794 от 17.09.2025; приказ об изм. № 02-01364/001 от 01.07.2026 г.), а Вартанян Сергей Вартанович заслуживает присуждения ему учёной степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.6. Менеджмент.

Член диссертационного совета РАНХиГС,
доктор экономических наук, профессор,
профессор кафедры философии и методологии экономики
экономического факультета ФГБОУ ВО «Московский
государственный университет имени М.В. Ломоносова»

_____ (подпись) В. А. Морозов

Дата: 20.10.2026

Адрес: 119991, г. Москва, Ленинские горы, д. 1, стр. 46
Тел.: +7 (495) 939-59-42, e-mail: philmethec@yandex.ru

Подпись Морозова В.А.
удостоверяю
Зав. канцелярией экономического
факультета МГУ 021026

Московский Государственный Университет имени М.В. Ломоносова
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАНЦЕЛЯРИЯ
Российская Федерация