



International Journal of Advanced Academic Studies

E-ISSN: 2706-8927

P-ISSN: 2706-8919

www.allstudyjournal.com

IJAAS 2020; 2(4): 74-78

Received: 11-08-2020

Accepted: 15-09-2020

डॉ. अजय कृष्ण तिवारी

Sr. Lecturer of CTE / BTTC -
G.V.M & Sr. H.O.D Department
of Education - IASE Deemed to
be University, Sardarshahar,
Churu, Rajasthan, India

डॉ. रिया तिवारी

पोस्ट डॉक्टरल रिसर्च फेलो, आई.सी.
एस.एस.आर न्यू दिल्ली, पं. रविशंकर
शुक्ल विवि रायपुर, छत्तीसगढ़, भारत

डिजिटल युग में इंटरनेट प्लेटफार्मों के संदर्भ में प्रतिस्पर्धा और चुनौतियां

डॉ. अजय कृष्ण तिवारी और डॉ. रिया तिवारी

सारांश

इंटरनेट कंपनियों के आकार और शक्ति को स्वस्थ बाजारों और लोकतांत्रिक मूल्यों के लिए खतरा माना गया है। इस लेख में चर्चा की गई है कि कैसे डिजिटल बाजारों की गतिशीलता विशिष्ट एंटीट्रस्ट मुद्दों को जन्म देती है, जिन्हें प्रतियोगिता नीति टूलकिट को अपडेट करने की आवश्यकता होती है। केंद्रीय तर्क यह है कि ऐसी चुनौतियों के मद्देनजर प्रतियोगिता कानून के हार्ड कोर को नए मूल्यों के प्रकाश में लागू किया जाना चाहिए और विकसित किया जाना चाहिए। विशेष रूप से, प्रतिस्पर्धा नीति को डिजिटल बाजारों में प्रतिस्पर्धा को बेहतर ढंग से समझाने के लिए, और जनविरोधी कानून के अनुप्रयोग और सार्वजनिक प्रतिस्पर्धा नीतियों के विकास को बेहतर बनाने के लिए डेटा सुरक्षा और गोपनीयता से संबंधित चिंताओं पर विचार करना चाहिए।

मुख्यशब्द: डिजिटल बाजार, प्रतियोगिता कानून, इंटरनेट प्लेटफॉर्म, बहुविकल्पीय बाजार, प्रतिस्पर्धा नीति गोपनीयता।

1. प्रस्तावना

नई सूचना और संचार प्रौद्योगिकियों के विकास, विशेष रूप से इंटरनेट के आगमन ने, दैनिक जीवन के विभिन्न पहलुओं के परिणामों के साथ, सामाजिक, राजनीतिक और आर्थिक संबंधों को गहराई से बदल दिया है। अग्रणी डिजिटल बाजारों, प्रौद्योगिकी कंपनियों के लाभों को फिर से प्राप्त करना – जिनमें से कुछ की स्थापना कुछ दशक पहले की गई थी – अब दुनिया में सबसे बड़े लोगों में से हैं। अगस्त 2018 में, ऐप्पल बाजार पूंजीकरण में 1 ट्रिलियन अमेरिकी डॉलर मूल्य की पहली सार्वजनिक कंपनी बन गई, जिसके सभी शेयरों का सामूहिक मूल्य है। दुनिया में दूसरी सबसे मूल्यवान कंपनी अमेजन है, जिसका बाजार मूल्य 884.01 बिलियन अमेरिकी डॉलर है, इसके बाद गूगल का मूल्य 854.86 बिलियन अमेरिकी डॉलर है और चौथे स्थान पर माइक्रोसॉफ्ट का 827.53 बिलियन अमेरिकी डॉलर है।

कुछ इंटरनेट कंपनियों के हाथों में शक्ति का आकार और एकाग्रता राजनीतिक, कानूनी और आर्थिक चिंताओं की वस्तु हैं। दुनिया भर में, सरकारों, शिक्षाविदों और नागरिक समाज ने इंटरनेट प्लेटफार्मों की अधिक से अधिक जांच करने का आह्वान किया है। इस परिदृश्य में प्रतिस्पर्धा का बचाव, अक्सर इंटरनेट दिग्गज को शामिल करने के लिए एक संभावित समाधान के रूप में किया जाता है, जो तेजी से और निरंतर विकास में बाजारों को संबोधित करने में सक्षम विश्लेषणात्मक और नियामक उपकरण विकसित करने के लिए वकीलों और अर्थशास्त्रियों को चुनौती देता है। हालांकि, प्रतियोगिता की रक्षा और इंटरनेट प्लेटफार्मों के विनियमन के बीच संबंध अनुसंधान के अपेक्षाकृत अस्पष्ट क्षेत्र हैं।

अंतर्राष्ट्रीय साहित्य में, अध्ययनों की बढ़ती संख्या का तर्क है कि पारंपरिक व्यवसाय मॉडल का विश्लेषण करने के लिए विकसित की गई कई अवधारणाएं और उपकरण इंटरनेट कंपनियों पर लागू नहीं होंगे, केवल काफी अनुकूलन (ईवीएएनएस और स्केलेमेंसे, 2013) को छोड़कर। ऐसा इसलिए है क्योंकि ऐसी कंपनियों के पास जटिल व्यवस्थाएं हैं जो उन्हें पारंपरिक बाजारों (ईवीएएनएस, 2008) से अलग करती हैं। उदाहरण के लिए, मुफ्त उत्पादों और सेवाओं की पेशकश, जैसे कि ई-मेल खाता और सामाजिक नेटवर्क तक पहुंच, डिफिसिस एनालिसिस जैसे मूल्य गतिशीलता पर ध्यान केंद्रित करते हैं, जैसे प्रासंगिक बाजार की परिभाषा। इसके अलावा, कानून में नवाचार की तेज गति और प्रौद्योगिकी क्षेत्र के निरंतर परिवर्तन (EVANS] 2008; PAGE & LOPATKA] 2009) से निपटना भी मुश्किल है, जो डिजिटल बाजारों में निरंतर लक्ष्य में बदल देता है।

इस लेख का उद्देश्य बहुपक्षीय इंटरनेट प्लेटफार्मों के सामने प्रतिस्पर्धा कानून की कुछ सैद्धांतिक और व्यावहारिक सीमाओं पर चर्चा करके इस तरह की बहस में योगदान करना है। उद्देश्य यह प्रकट करना है कि क्या, और किन तरीकों से, डिजिटल बाजारों की नई चुनौतियों से निपटने के लिए

Corresponding Author:

डॉ. अजय कृष्ण तिवारी

Sr. Lecturer of CTE / BTTC -
G.V.M & Sr. H.O.D
Department of Education -
IASE Deemed to be
University, Sardarshahar,
Churu, Rajasthan, India

अवधारणाओं और उपकरणों को अनुकूलित करने की आवश्यकता है। दूसरे शब्दों में, अगर यह सच है कि इंटरनेट प्लेटफार्मों को विभिन्न कानूनी व्यवस्थाओं के निर्माण की आवश्यकता होती है, तो चर क्या होना चाहिए ?

2. बढ़ते लक्ष्य... इंटरनेट प्लेटफॉर्म और उनकी खासियतें

दूर से, विभिन्न तकनीकी कंपनियों को जोड़ने वाली सामान्य विशेषताओं की पहचान करना मुश्किल हो सकता है, जो विभिन्न प्रकार की वस्तुओं और सेवाओं की पेशकश करते हैं, और जो अर्थव्यवस्था के विभिन्न क्षेत्रों में काम करते हैं। सोशल नेटवर्क की विशेषताएं और उपयोग हैं जो खोज इंजन द्वारा पेश किए गए उन लोगों से बहुत अलग हैं, जो बदले में ऑपरेटिंग सिस्टम से अलग हैं। एक करीबी परीक्षा, हालांकि, उन कंपनियों के बीच साझा की गई विशेषताओं का खुलासा करती है जो इस लेख का विषय हैं, जो यहां प्रस्तावित संयुक्त विश्लेषणात्मक ढांचे को अपनाने को सही ठहराते हैं।

सबसे पहले, ऐसी कंपनियां महत्वपूर्ण इंटरनेट प्लेटफार्मों के मालिक हैं और उन पर नियंत्रण रखती हैं, जिन्हें बहु-बाजार के रूप में कॉन्फिगर किया गया है – जो दो या अधिक विशिष्ट और पारस्परिक रूप से आकर्षक उपयोगकर्ताओं (EVANS 2003) की सेवा करते हैं। ऐसे प्लेटफॉर्म कनेक्शन प्रदान करते हैं, और इंटरनेट वह साधन है जिसके द्वारा ऐसे कनेक्शन होते हैं, ऐसे समूहों के लिए मूल्य बनाते हैं जो अन्यथा नहीं बनाए जा सकते (EVANS & NOEL 2005)। इस लेख के प्रयोजनों के लिए मध्यस्थता और समन्वय गतिविधियों पर जोर देने के कारण, बहुस्तरीय प्लेटफार्मों और बाजारों को परस्पर विनियम के लिए उपयोग किया जाएगा। इसके अलावा, ऐसे एजेंटों को अर्हता प्राप्त करते समय जो एक माध्यम के रूप में इंटरनेट का उपयोग करते हैं, डिजिटल और ऑनलाइन का उपयोग पारस्परिक रूप से किया जाएगा।

ऐसी कंपनियों के लिए एक दूसरी विशेषता आम यह है कि वे जिन इंटरनेट प्लेटफॉर्म को नियंत्रित करते हैं, वे बड़ी मात्रा में डेटा एकत्र और संसाधित करते हैं, और इस डेटा का एक बड़ा हिस्सा व्यक्तिगत जानकारी है। ऐसी कंपनियों के लिए व्यक्तिगत डेटा का संग्रह और प्रसंस्करण केवल एक मध्यम गतिविधि नहीं है, बल्कि ऐसी प्रक्रियाएं हैं जो उनके द्वारा अपनाए गए व्यवसाय मॉडल हैं। एक तरफ, वस्तुओं और सेवाओं की आपूर्ति को सक्षम या बेहतर बनाने के लिए प्लेटफार्मों द्वारा डेटा का उपयोग किया जाता है। उदाहरण के लिए, वितरण एप्लिकेशन को ठीक से काम करने के लिए, उपयोगकर्ता स्थान डेटा तक पहुंच आवश्यक है। दूसरी ओर, डेटा को अक्सर तीसरे पक्ष को हस्तांतरित किया जाता है, मुख्यतः विज्ञापनों को लक्षित करने के उद्देश्य से।

3. इंटरनेट कंपनियों प्रतिस्पर्धा और नई चुनौतियों के अनुकूल जानकारी

प्रस्तावित परिभाषाओं में फिट होने वाली इंटरनेट कंपनियों प्रतिस्पर्धा की रक्षा की पारंपरिक अवधारणाओं का इरादा रखती हैं और नई चुनौतियों के अनुकूल विश्लेषणात्मक उपकरणों को अपनाने को सही ठहराती हैं। विशेष रूप से, तथ्य यह है कि ऐसी कंपनियां अपने संबंधित बाजारों में काम करने के लिए उपयोगकर्ता डेटा पर निर्भर करती हैं, जो अविश्वास विश्लेषण के लिए नए प्रश्न बनाती हैं। प्रतियोगिता की गोपनीयता और रक्षा के बीच, इस अर्थ में, एक ऐसा क्षेत्र है जो अधिक से अधिक ध्यान देने योग्य है। कंपनियां डेटा के लिए प्रतिस्पर्धा करना शुरू करती हैं, अपने डेटाबेस के विस्तार का लक्ष्य रखती हैं, और डेटा के माध्यम से, जानकारी की मात्रा का उपयोग करके उन्हें पहले से ही बाजार में एक प्रमुख स्थान हासिल करना या बनाए रखना पड़ता है।

इस संदर्भ में, हाल के अध्ययनों ने उन तरीकों की जांच की है जिनमें प्रतिस्पर्धा की रक्षा को डिजिटल अर्थव्यवस्था (EVANS & SCHMALENSSEE 2016) के लिए व्याख्यात्मक मॉडल के निर्माण के लिए अनुकूलित किया जाना चाहिए। दुनिया भर के प्रतिस्पर्धा अधिकारियों ने भी इस मुद्दे का सामना किया है, दोनों मामलों में जो एजेंसियों द्वारा परीक्षा के लिए आते हैं, और नई चुनौतियों को समझने के लिए विशेष रूप से कमीशन किए गए अध्ययन और विश्लेषण में, जहाँ 80: से अधिक जनसंख्या इंटरनेट उपयोगकर्ता है और बड़ी प्रौद्योगिकी कंपनियों की एक मजबूत उपस्थिति है, 1 जटिल प्रतिस्पर्धी मामले जिनमें इंटरनेट कंपनियां शामिल हैं, तेजी से आर्थिक सुरक्षा (CADE) के लिए प्रशासनिक परिषद, जिम्मेदार निकाय तक पहुंचती हैं देश में प्रतिस्पर्धा की रक्षा के लिए। इस अर्थ में, यह लेख निम्नलिखित शोध प्रश्न का सामना करेगा डिजिटल अर्थव्यवस्था में प्रतिस्पर्धा कानून की मुख्य चुनौतियां क्या हैं और उन्हें कैसे संबोधित किया जाना चाहिए?

यद्यपि विश्लेषण का ध्यान प्रतिस्पर्धा और इस क्षेत्र में उभरती समस्याओं का बचाव है, डिजिटल प्लेटफॉर्म के प्रदर्शन में व्यापक सामाजिक मुद्दे शामिल हैं, और ऐसी समस्याएं पैदा करता है जिन्हें विश्लेषण के एक से अधिक लेंसों के माध्यम से देखा जा सकता है। विशेष रूप से, माइक्रो-लक्ष्यीकरण विज्ञापनों के लिए व्यक्तिगत डेटा का उपयोग उपयोगकर्ता गोपनीयता से संबंधित मुद्दों को उठाता है। इस अर्थ में, चुनौतियों का निदान करने के लिए काम का हिस्सा इंटरनेट उपयोगकर्ताओं की गोपनीयता और व्यक्तिगत डेटा की सुरक्षा के लिए प्रतिस्पर्धा और नियामक साधनों के बीच के इंटरफेस की पहचान करना भी शामिल है।

4. बहुपक्षीय प्लेटफार्मों में एंटीट्रस्ट विश्लेषण के लिए नई चुनौतियां

बहुस्तरीय प्लेटफॉर्म एक नया विचार नहीं है। कुछ हजारों साल पहले की तारीख एथेंस में, लगभग 300 ई.पू., व्यापारी, नाविक और फाइनेंसर एक व्यापारिक यात्रा (ईवीएएनएस और स्कैमनेसी, 2016) की स्थापना के लिए एक दूसरे से जुड़ने के लिए डॉक के पास इकट्ठा हुए।

लेकिन इस सदी में केवल बहुपक्षीय प्लेटफार्मों के लिए पहला आर्थिक मॉडल जॉन-चार्ल्स रोशेट और जॉन तिरोले (2003) द्वारा विकसित किया गया था, विश्लेषण करता है कि एक प्लेटफॉर्म के दोनों किनारों पर रिश्तेदार कीमतों ने किस तरह से मांग की समन्वित मांग। हाल ही में, इवांस और श्लेमनेसे (2007) ने बहुपक्षीय मंच को एक के रूप में परिभाषित किया, जिसमें ग्राहकों के दो या अधिक समूह हैं (इ) उन्हें किसी तरह एक-दूसरे की जरूरत है (ब) लेकिन जो अपने स्वयं के आपसी आकर्षण के मूल्य पर कब्जा नहीं कर सकते हैं और (क) उन दोनों के बीच मूल्यवर्धक बातचीत को सुविधाजनक बनाने के लिए उत्प्रेरक पर भरोसा करें।

5. मल्टी-प्लेटफॉर्म महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं

प्लेटफार्म ऑनलाइन और ऑफलाइन दोनों दुनिया में मौजूद हैं। कई पारंपरिक उद्योग हैं जिनमें मल्टी-प्लेटफॉर्म महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं, जिसमें भुगतान व्यवस्था, वित्तीय आदान-प्रदान और शॉपिंग सेंटर शामिल हैं। यद्यपि यह विश्लेषण बहु-डिजिटल बाजारों पर केंद्रित है, लेकिन यहां चर्चा की गई कई प्रतियोगिता के मुद्दे ऑफलाइन प्लेटफार्मों पर भी लागू होते हैं। सेवाओं और उत्पादों के संदर्भ में इंटरनेट प्लेटफॉर्म भी बहुत परिवर्तनशील हैं। वे आम तौर पर अमेज़न, फेसबुक या ऐपल जैसे तकनीकी दिग्गजों के साथ जुड़े हुए हैं (सामूहिक रूप से परिचित जीएएफए द्वारा जाना जाता है), लेकिन अन्य आला व्यवसायों को भी कनेक्शन बेचने से लाभ होता है। उदाहरण के लिए, ८ थवक

एक इंटरनेट अनुप्रयोग है जो भोजन ऑर्डर करने के लिए इच्छुक रेस्तरां और ग्राहकों को जोड़ता है। हालांकि, यह नोट करना महत्वपूर्ण है कि सभी ऑनलाइन व्यवसाय प्लेटफॉर्म नहीं हैं। ऐसी कंपनियां हैं जो एक माध्यम के रूप में इंटरनेट का उपयोग करके सामान और सेवाएं प्रदान करती हैं, लेकिन केवल ग्राहकों का एक समूह है, जो एकतरफा ऑनलाइन बाजार है। विशिष्ट मामले पारंपरिक खुदरा स्टोर हैं जिनके ऑनलाइन स्टोर भी हैं, जहां वे वही उत्पाद बेचते हैं जो ईट और मोटार स्टोर में उपलब्ध हैं। बहुस्तरीय प्लेटफॉर्म कई वर्षों से एंटीट्रस्ट विश्लेषण और आर्थिक अवधारणाओं को चुनौती दे रहे हैं। इवांस और श्लेमनेसे (2013) प्रतियोगिता के मुद्दों पर विशेष ध्यान देने के साथ बहु-मंच प्लेटफॉर्म पर आर्थिक साहित्य की व्यापक समीक्षा प्रदान करते हैं। लेखकों का तर्क है कि बहु-प्लेटफॉर्म प्लेटफॉर्म (EVANS & SCHMALENSEE 2013) के साथ कई विश्लेषणात्मक उपकरण जो आमतौर पर एंटीट्रस्ट मुद्दों में उपयोग किए जाते हैं, महत्वपूर्ण अनुकूलन के बिना लागू नहीं होते हैं। विशेष रूप से, ऑनलाइन बहुपक्षीय बाजारों की विशेषताएं हैं जो उन्हें दोषों के लिए और भी अधिक संवेदनशील बनाती हैं। यह खंड इंटरनेट प्लेटफॉर्म की बारीकियों पर ध्यान केंद्रित करते हुए, प्लेटफॉर्म मार्केट्स के एंटीट्रस्ट विश्लेषण की चर्चा करता है।

6. सोशल नेटवर्किंग प्लेटफॉर्म के लिए प्रत्यक्ष नेटवर्क के प्रभाव

सोशल नेटवर्किंग प्लेटफॉर्म प्रत्यक्ष नेटवर्क प्रभाव वाले बाजारों के विशिष्ट उदाहरण हैं। उदाहरण के लिए, फेसबुक उपयोगकर्ता, दोस्तों और परिचितों के संपर्क में रहने के लिए सोशल नेटवर्क का उपयोग करते हैं। जितने अधिक ज्ञात लोग नेटवर्क में प्रवेश करते हैं, उतने अधिक कनेक्शन जो प्रत्येक उपयोगकर्ता कर सकते हैं, जो उनमें से प्रत्येक के लिए नेटवर्क के आकर्षण को भी बढ़ाता है।

अप्रत्यक्ष नेटवर्क प्रभाव, बदले में, बाजार के कई पक्षों से संबंधित होते हैं और तब मौजूद होते हैं जब बाजार के एक तरफ लगे एजेंटों की संख्या दूसरे पक्ष पर काम करने वाले एजेंटों के लिए प्लेटफॉर्म के मूल्य को प्रभावित करती है (वारियन, फारेल और SHIHO 2004)। मोबाइल फोन ऑपरिंग सिस्टम, जैसे कि एप्पल आईओएस या गूगल एंड्रॉइड, मजबूत अप्रत्यक्ष नेटवर्क प्रभावों के साथ एक बहु-मंच के अच्छे उदाहरण हैं। जितने अधिक मोबाइल उपयोगकर्ता इसे अपनाते हैं, उतने अधिक डेवलपर इस प्रणाली के लिए एप्लिकेशन बनाते हैं, जो अधिक उपयोगकर्ताओं को प्लेटफॉर्म (यूरोपीय आयोग, 2018) के लिए आकर्षित करता है।

प्लेटफॉर्मों को उपयोगकर्ताओं के लिए उच्च स्विचिंग लागत की विशेषता है। इस तरह की लागत प्लेट आती है जब उपभोक्ता अनुकूलता के रूपों को कंपनी से अलग-अलग खरीद की आवश्यकता होती है, (FARRELL & KLEMPERER 2007), अर्थात्, वे अपनी वर्तमान खरीद और पिछले निवेश (KLEMPERER 1995) के बीच अनुकूलता के लिए उपभोक्ता की इच्छा के परिणामस्वरूप होते हैं। इस संदर्भ में, एक अलग प्रदाता में स्विच करने के लाभ इन लागतों का भुगतान करने के लिए ग्राहकों को राजी करने के लिए पर्याप्त उच्च होना चाहिए। उदाहरण के लिए, एक व्यक्ति जिसने कई वर्षों से पंचवदम फोन का उपयोग किया है, उसके पास संभवतः डिवाइस और ऑपरिंग सिस्टम के साथ संगत कई एप्लिकेशन और सहायक उपकरण हैं। यदि यह व्यक्ति एक नया फोन खरीदने पर विचार कर रहा है, तो दूसरे मोबाइल ऑपरिंग सिस्टम (उदाहरण के लिए, एंड्रॉइड) पर स्विच करने की लागत में न केवल डिवाइस की कीमत शामिल होगी, बल्कि सभी असंगत उपकरणों को बदलने की लागत भी शामिल है, सभी एप्लिकेशन और नए ऑपरिंग सिस्टम का उपयोग करना सीखें।

उच्च स्विचिंग लागत वाले बाजारों को बंद करने के लिए अतिस्वेदनशील होते हैं, इसलिए प्रतिद्वंद्वियों को प्रवेश करने से रोका जा सकता है, या अधिक कुशल होने पर भी उद्योग छोड़ने के लिए मजबूर किया जा सकता है। जब स्विचिंग की लागत बहुत अधिक होती है, तो उपभोक्ताओं के लिए प्रमुख कंपनी के साथ फंसने की प्रवृत्ति भी होती है, और केवल महत्वपूर्ण लाभ उन्हें एक अलग विक्रेता पर स्विच करने के लिए मना सकते हैं। इस प्रकार, प्लेटफॉर्मों को अक्सर कुछ कंपनियों द्वारा परोसा जाता है।

इसके अलावा, प्रतियोगिता सुरक्षा कंपनियों को बाजार की शक्ति का उपयोग करने के लिए एक प्रमुख स्थान प्राप्त करने या दुरुपयोग से रोकने के लिए चाहती है। इस प्रकार, प्रासंगिक बाजार की परिभाषा एंटीट्रस्ट विश्लेषण के लिए प्रासंगिक है। इवांस और श्लेमनेसे (2013) का तर्क है कि, हालांकि पारंपरिक प्रतिशोधी विश्लेषण बाजार की शक्ति को निर्धारित करने के लिए कई उपाय करता है, जैसे कि बाजार हिस्सेदारी या लागत-मूल्य, कोई भी तरीका सभी स्थितियों में प्रासंगिक बाजार का आकलन करने के लिए विश्वसनीय नहीं है, और विश्लेषण को सबूत के कई स्रोतों पर विचार करना चाहिए। उदाहरण के लिए, व्यापक रूप से उपयोग किया जाने वाला एसएसएनआईपी परीक्षण (कीमत में छोटी लेकिन महत्वपूर्ण गैर-पारगमन वृद्धि) उन मामलों में बहुत विश्वसनीय नहीं है जहां बाजार पहले से ही अक्षम है, इसलिए, यह विश्लेषण केवल प्रतिस्पर्धी कीमतों पर किया जा सकता है। प्लेटफॉर्म पर आने पर अन्य समस्याएं उत्पन्न होती हैं, जो उपयोगकर्ताओं के एक से अधिक समूहों की सेवा करती हैं, और एक विश्लेषण को उन सभी अन्योन्याश्रित ग्राहक समूहों पर विचार करना चाहिए जो एक प्लेटफॉर्म पर काम करते हैं।

7. एक बाजार अर्थव्यवस्था दुर्लभ संसाधनों का आवंटन करती है

उपभोक्ताओं और आपूर्तिकर्ताओं के व्यवहार पर कीमतों का प्रभाव यह समझने में केंद्रीय भूमिका निभाता है कि कैसे एक बाजार अर्थव्यवस्था दुर्लभ संसाधनों का आवंटन करती है। इस प्रकार, मूल्य गतिकी एंटीट्रस्ट विश्लेषण के लिए भी महत्वपूर्ण है। प्लेटफॉर्मों में आम तौर पर विशिष्ट मूल्य की गतिशीलता होती है, जो पारंपरिक आर्थिक विश्लेषण को परिभाषित करती है। विशेष रूप से साइबर निर्बाध रूप से देखते हैं – इंटरनेट पर सूचना मध्यवर्ती गतिविधियां। लेखकों का तर्क है कि इन बाजारों में मूल्य गतिशीलता उत्पादों और वस्तुओं (या यहां तक कि उपभोक्ताओं तक पहुंच) का उपयोग करते हैं, बजाय एक अच्छे उपयोग या अधिग्रहण के अधिक उपयोगकर्ताओं को आकर्षित करने के लिए, प्लेटफॉर्म अक्सर समूह एजेंटों को सब्सिडी देते हैं जो अधिक मूल्य संवेदनशील या बहु-होमिंग की अधिक संभावना रखते हैं। जब प्लेटफॉर्मों को एकल-होमिंग एजेंटों के लिए प्रतिस्पर्धा करनी होती है, तो बहु-होमिंग पक्ष द्वारा उत्पन्न मुनाफे को कम कीमतों (ARMSTRONG 2006) के रूप में एकल-होमिंग पक्ष में स्थानांतरित किया जा सकता है। दूसरे शब्दों में, एकल-होमिंग उपयोगकर्ताओं के समूहों की कीमतें आम तौर पर उत्पादन की सीमांत लागत या शून्य से नीचे होती हैं, और बाजार के दूसरी तरफ प्राप्त मुनाफे से ऑफसेट होती हैं (EVANS & SCHMALENSEE, 2013)। उदाहरण के लिए, यह तथ्य कि इंटरनेट उपयोगकर्ताओं के लिए व्यवहसम का खोज इंजन निरु शुल्क है, क्योंकि बाजार के दूसरी तरफ विज्ञापनों से प्लेटफॉर्म का मुनाफा है। जबकि विज्ञापन कंपनियां अपने उत्पादों (मल्टी-होम) की पेशकश करने के लिए विभिन्न माध्यमों और प्लेटफॉर्मों का उपयोग करती हैं, इंटरनेट उपयोगकर्ता आमतौर पर एक खोज इंजन को अपने पसंदीदा के रूप में अपनाते हैं और इसके द्वारा प्रदान की गई जानकारी (एकल-होम) पर भरोसा करते हैं।

इंटरनेट प्लेटफार्मों पर, हालांकि, ऑनलाइन पेशकश की गई कई सेवाओं की शून्य लागत को केवल बाजार के विभिन्न पक्षों के बीच क्रॉस-सब्सिडी और नेटवर्क के प्रभावों के संदर्भ में नहीं समझाया जा सकता है। जबकि ये प्रोत्साहन, जो सभी प्लेटफॉर्म बाजारों के विशिष्ट हैं, डिजिटल बाजारों में भी सही हैं, वे केवल अधिकांश इंटरनेट कंपनियों के मूल्य, आकार और शक्ति को आंशिक रूप से समझाते हैं। वास्तव में, ये कंपनियां कई अलग-अलग तरीकों से उपयोगकर्ताओं के व्यक्तिगत डेटा के संग्रह और प्रसंस्करण से धन निकालती हैं।

जब डेटा उपयोगकर्ताओं की वरीयताओं के बारे में विस्तृत जानकारी प्रदान करता है, तो उपयोगकर्ताओं की विशिष्ट रुचि के अनुसार उत्पादों और सेवाओं की पेशकश को अनुकूलित करना संभव है। उदाहरण के लिए, कंपनियां अपने स्वयं के प्लेटफार्मों के डिजाइन और सुविधाओं को बेहतर बनाने के लिए डेटा का उपयोग कर सकती हैं, इसका उपयोग माइक्रोडायरेक्शन तकनीकों को नियोजित करने के लिए कर सकती हैं, या विज्ञापन उद्देश्यों के लिए इसे बेच सकती हैं।

जब बाजार की गतिशीलता बदल जाती है और कीमतें अब कंपनियों के व्यापार मॉडल के लिए केंद्रीय नहीं होती हैं, तो एंटीट्रस्ट विश्लेषण के फोकस और तरीकों को भी बदलना होगा। हालांकि, इन बाजारों में नए मूल्य की गतिशीलता को संबोधित करना एक चुनौती है। डेटा एक मूल्यवान संपत्ति बन गया है, लेकिन यह औसत दर्जे का नहीं है।

प्रतिस्पर्धा नीति, इसके विपरीत, मात्रात्मक होने पर बहुत निर्भर है। एंटीट्रस्ट विश्लेषण कीमतों के प्रभावों का आकलन करने या कीमतों के प्रभावों का आकलन करने के लिए विकासशील टूल के लिए अच्छा है, लेकिन यह उन चीजों का विश्लेषण करने के लिए उपकरण प्रदान नहीं करता है जो औसत दर्जे का नहीं हैं। डेटा उनमें से एक है, गोपनीयता एक और है। डेटा कितना मूल्य है? इंटरनेट प्लेटफार्मों के बीच प्रतिस्पर्धा के लिए डेटा एकाग्रता के प्रभाव क्या हैं?

8. डिजिटल बाजारों में- डेटा और डेटा के साथ प्रतिस्पर्धा-

डिजिटल बाजारों में, मजबूत नेटवर्क प्रभाव अंततः एक मंच को एक लाभ खोलने की अनुमति दे सकता है जो अनिवार्य रूप से बीमा योग्य है, जिससे बाजार में दूसरों की कीमत गोपनीयता में प्रतिस्पर्धा करने के लिए डेटा एकाधिकार को कम प्रोत्साहन मिलता है। एक बार जब बाजार "चालू" हो जाता है, और एक कंपनी एक प्रमुख स्थान हासिल करती है, तो मजबूत नेटवर्क प्रभाव और उच्च स्विचिंग लागत उपयोगकर्ताओं को वैकल्पिक प्लेटफार्मों की तलाश करने से रोकती है। इसके अलावा, डेटा की एकाग्रता सबसे प्रभावी प्रतिभागियों के लिए एक प्रमुख स्थान लेने के लिए और अधिक कठिन बना देती है, क्योंकि नए खिलाड़ियों को बाजार में प्रवेश करने के लिए पर्याप्त बड़े पैमाने पर बड़े पैमाने पर इकट्ठा करने में कठिनाई होगी (EVANS 2009)। इस प्रकार, डेटा एकाधिकार को उत्पादों और सेवाओं को विकसित करने के लिए कोई प्रोत्साहन नहीं है जो डेटा सुरक्षा में सुधार करते हैं।

डेटा एकाधिकार भी साइबर सुरक्षा और निगरानी के लिए अधिक जोखिम पैदा करता है। जब बड़ी संख्या में कंपनियां डेटा की बड़ी मात्रा को नियंत्रित करती हैं, तो सरकारों के लिए इन कंपनियों को लक्षित करना और संग्रहीत डेटा तक पहुंच आसान होती है। इसी तरह, डेटा एकाधिकार दुर्भावनापूर्ण अभिनेताओं द्वारा डेटा नीतियों और सुरक्षा उल्लंघनों के उल्लंघन के लिए अधिक असुरक्षित हैं। जब डेटा कुछ कंपनियों के हाथों में केंद्रित होता है, यदि उनमें से किसी एक के सुरक्षा उपायों का उल्लंघन किया जाता है या उसे दरकिनार किया जाता है, तो बहुत अधिक जानकारी उजागर हो जाएगी (STUCKE 2018)।

डेटा एकाग्रता भी उद्देश्यपूर्ण रूप से डेटा एकाधिकार द्वारा एंटीकोमेटिक तरीके से लाभ उठाने के लिए उपयोग किया जा सकता है। पारंपरिक बाजारों में, यह तथ्य कि एक कंपनी बड़ी है और एक प्रमुख स्थान है, ऐसी समस्या नहीं है जिसके लिए एंटीट्रस्ट हस्तक्षेप की आवश्यकता होती है। हालांकि, प्रमुख कंपनियों पर एक विशेष जिम्मेदारी है कि वे प्रतिस्पर्धा को प्रतिबंधित करने के लिए बाजार में अपनी शक्तिशाली स्थिति का दुरुपयोग न करें। डिजिटल बाजारों में, समान तर्क लागू होता है। तथ्य यह है कि एक कंपनी बहुत बड़ी है या उसके पास बहुत अधिक डेटा है, इसे अपने आप में एक प्रतिस्पर्धी मुद्दा नहीं माना जाना चाहिए, लेकिन इस डेटा प्रभुत्व की स्थिति का दुरुपयोग प्रतिस्पर्धा अधिकारियों के बीच चिंता पैदा कर सकता है।

अंत में, इंटरनेट कंपनियों द्वारा एकत्रित और संसाधित किए गए व्यक्तिगत डेटा, उपयोगकर्ताओं की वरीयताओं और विशेषताओं के बारे में बहुत कुछ बताते हैं, जो बदले में, खंडित प्रोफाइल तकनीकों का उपयोग करने की अनुमति देता है, जैसे कि माइक्रोडायरेक्शन या जियोटैगिंग। ऐसी प्रौद्योगिकियां प्रतिस्पर्धा को प्रतिबंधित करना और उपयोगकर्ताओं को उनकी व्यक्तिगत विशेषताओं के आधार पर कुछ वस्तुओं या सेवाओं तक पहुंचने से रोकना संभव बनाती हैं। उदाहरण के लिए, 2017 में, यूरोपीय आयोग ने यह आकलन करने के लिए एक जांच शुरू की कि क्या कुछ वीडियो गेम कंपनियां उपभोक्ताओं को उनके स्थान या देश के निवास के आधार पर डिजिटल सामग्री खरीदने से रोकने के लिए प्रथाओं को अपना रही हैं। इसे एक भौगोलिक अवरोधन अभ्यास माना जाएगा, जो उपभोक्ताओं के डेटा का उपयोग सीमाओं पर विकल्पों का आनंद लेने से रोकने और प्रतिस्पर्धी कीमतों पर वीडियो गेम खरीदने में सक्षम होने के लिए करता है।

9. निष्कर्ष

बहुपक्षीय बाजारों के संदर्भ में तेजी से तकनीकी विकास तीन परस्पर कारकों के कारण हुआ। सबसे पहले, बुनियादी ढांचे के दृष्टिकोण से, अधिक से अधिक आर्थिक और सामाजिक लेनदेन सूचना और संचार प्रौद्योगिकियों द्वारा सहायता प्राप्त कर रहे हैं, जिससे बड़ी मात्रा में डेटा उत्पन्न होता है। दूसरा, भौतिक परत में तकनीकी विकास के कारण, सूचना को स्टोर करना और प्रसारित करना आसान, तेज और कम खर्चीला हो गया है। तीसरा, कोडिंग के संदर्भ में, शक्तिशाली एल्गोरिदम बड़े डेटा (PRÜFER & SCHOTT & SCHLLER 2017) के नए सेटों को संसाधित करना और उनका विश्लेषण करना संभव बनाता है। प्रतिस्पर्धात्मक प्रभावों पर विचार करना भी आवश्यक है कि बाजार के कई पक्षों पर सरकारी हस्तक्षेप होगा और इसमें शामिल सभी समूहों की भलाई होगी। यहां, उपभोक्ता भलाई को न केवल आर्थिक कल्याण के संदर्भ में समझा जाता है, बल्कि मौलिक अधिकारों के संरक्षण में भी, जैसे कि निजता और डेटा संरक्षण का अधिकार (EZ Rachi and STUCKE 2016, पृष्ठ 2)। जैसे-जैसे अन्य अधिकारों की सुरक्षा के साथ अविश्वास की चिंता बढ़ती जा रही है, प्रतिस्पर्धा नीति और विनियमन के लिए एक एकीकृत और समन्वित दृष्टिकोण की आवश्यकता है।

इस परिदृश्य में हम जिस निष्कर्ष पर पहुंच सकते हैं, वह यह है कि प्रतिस्पर्धा की रक्षा के लिए एक संस्थागत व्यवस्था की आवश्यकता है जो तकनीकी नवाचार को बढ़ावा देने, प्रयोग को सक्षम करने, संशोधन को सक्षम करने और सीखने को शामिल करने के लिए पर्याप्त लचीली हो, लेकिन, एक ही समय में, पर्याप्त रूप से स्थिर प्रतिस्पर्धा, जवाबदेही और लोकतांत्रिक नियंत्रण (COUTINHO 2013) की रक्षा के मूल सिद्धांतों की रक्षा करना। यदि, एक ओर, कुछ विनियामक व्यवस्थाओं से कड़े बाजार और कम प्रतिस्पर्धा हो सकती है, तो दूसरी ओर, राज्य के

हस्तक्षेप और बाजार की शक्तियों का उपयुक्त मिश्रण एक लचीले वातावरण को प्रोत्साहित कर सकता है, नवाचार और भविष्य की प्रौद्योगिकियों के लिए खुला हो सकता है।

10. संदर्भ

1. अग्रवाल जे.सी.। आधुनिक भारतीय शिक्षा के इतिहास में भूमि के निशान (7 वां संस्करण) नोएडारू विकास प्रकाशन हाउस। 2010.
2. अहमद आई., कहा एच.। शिक्षा की गुणवत्ता पर शिक्षा में सामुदायिक भागीदारी का प्रभाव एक विकासशील संदर्भ से साक्ष्य। जर्नल ऑफ एजुकेशन एंड वोकेशनल रिसर्च। 2013;4(10):293-299.
3. अली एम.। बजट में कम पर उच्च बच्चों के लिए राष्ट्रीय नीति। आर्थिक और राजनीतिक साप्ताहिक। 2013;18(52):22-24A.
4. अमीन एन.यू.एस। दुनिया भर में ज्ञान अनुसंधान और अनुभव पर ड्राइंग द्वारा शिक्षा और सीखने के लिए आईसीटी का एक प्रभावी उपयोगरू शिक्षा के लिए एक परिवर्तन एजेंट के रूप में आईसीटी। स्कॉलरली जर्नल ऑफ एजुकेशन। 2013;2(4):38-45A.
5. एंटनी एन, डेविड एस। भारत में प्रारंभिक शिक्षा को मजबूत करने के लिए सरकार द्वारा अपनाई गई विभिन्न योजनाओं के प्रभाव पर एक अध्ययन। इंटरनेशनल जर्नल ऑफ कॉमर्स बिजनेस एंड मैनेजमेंट। 2014;3(3):395-401A.
6. अरुण सी, मेहता ए.सी.। माध्यमिक शिक्षा का सार्वभौमिकरणरू क्या इसे निकट भविष्य में हासिल किया जा सकता है। शैक्षिक योजना और प्रशासन के जर्नल। 2003;17(4):507-528A.
7. बशीर एफ। स्कूलों में आईसीटीरू जिला अनंतनाग (जेके) के सरकारी और निजी उच्चतर माध्यमिक स्कूलों में समकालीन स्थिति। एक्सीलेंस इंटरनेशनल जर्नल ऑफ एजुकेशन एंड रिसर्च। 2013;1(1):20-28A.
8. बोआदो एफ.आर.सी. मिलोंडोज के.एस., अदजेई ए। स्कूल प्रशासन में अभिभावक समुदाय की भागीदारी और शिक्षक की प्रभावशीलता और शिक्षार्थी प्रदर्शन में सुधार पर इसका प्रभाव बाल्डवाना में चयनित प्राथमिक और माध्यमिक विद्यालयों का अध्ययन। शैक्षिक अनुसंधान और समीक्षा। 2009;4(3):96-105A.
9. चौहान सी.पी.एस. आधुनिक भारतीय शिक्षारू नीतियां प्रगति और समस्याएं। नई दिल्लीरू कनिष्क पब्लिशर्स एंड डिस्ट्रिब्यूटर्स। चौरसिया। जी।, और कौल, जी। एन।, (1967)। भारत में प्राथमिक और माध्यमिक शिक्षा के रुझान और विकास। शिक्षा की अंतर्राष्ट्रीय समीक्षा, 2013;13(3) 345-354A.
10. जोनासेन डी.एच, रीव्स टी.सी. प्रौद्योगिकी के साथ सीखनारू कंप्यूटर का उपयोग संज्ञानात्मक उपकरण के रूप में करना। मेरू डी। एच। जोनासेन (एड।), शैक्षिक संचार और प्रौद्योगिकी के लिए शोध की पुस्तिका (पीपी।)। न्यूयॉर्करू मैकमिलन। 1996, 693-719.
11. जोनासेन डी.एच., विल्सन बी.जी., वांग एस., ग्रैबिंगर आर. एस., सीखने का समर्थन करने के लिए विशेषज्ञ प्रणालियों का निर्माणवादी उपयोग करता है। कंप्यूटर आधारित निर्देश के जर्नल, 1993;20(3):86-94A.
12. पिंडिया एफ.ओ., 21 वीं सदी के लिए योग्यताएं आईसीटी को जीवन स्कूल और आर्थिक विकास के लिए एकीकृत करना। चतवर्षिक सामाजिक और व्यवहार विज्ञान। 2011;28:54-57A.