

Феномен цифровых платформ и его влияние на экономические отношения

Научный руководитель – Осипов Юрий Михайлович

Хашиева Аминат Мустафаевна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Экономический факультет, Москва, Россия
E-mail: lamislomo@gmail.com

Развитие и повсеместное распространение цифровых технологий создает беспрецедентные эффекты, бросающие вызов традиционным основам экономических отношений.

Так, благодаря развитию технологий мобильной связи, искусственного интеллекта, больших данных, Интернета вещей за последнее десятилетие значительное экономическое и общественное значение приобретают компании, использующие в своих бизнес-моделях цифровые платформы [1].

Цифровые платформы проникают в различные отрасли и рынки, меняют способы осуществления экономических операций, обмена и получения информации, переводят взаимодействие между экономическими агентами из оффлайн-мира в онлайн-среду.

Цифровые платформы позволяют компаниям создавать собственные платформенные экосистемы [2].

Сегодня все крупные технологические компании являются цифровыми платформами. Такие компании как Google, Amazon и Facebook, играют все более важную роль в экономике и обществе. Они действуют как цифровые посредники во взаимосвязанных секторах и рынках, подверженных сетевым эффектам. Эти фирмы выросли до беспрецедентных масштабов благодаря бизнес-моделям, основанным на данных. Онлайн-платформы оказывают огромное влияние на отдельных пользователей и предприятия и меняют отношения между клиентами, рекламодателями, работниками и работодателями [3].

Платформенные экосистемы все больше привлекают внимание отраслевых практиков, а также ученых из разных областей, от менеджмента до экономики, информационных систем и управления инновациями.

Платформенную экосистему можно в широком смысле определить как архитектуру с цифровой платформой в качестве ключевого звена, которая способствует совместному созданию ценности между различными агентами (владельцами платформ, поставщиками и пользователями дополнительных продуктов) и набором правил, регулирующих их взаимозависимости.

Скорость и масштабы распространения цифровых платформ привели к появлению ряда теоретических и эмпирических работ, изучающих цифровые платформы и экосистемы с точки зрения разных исследовательских программ.

Данные работы сосредоточены в основном на анализе факторов успеха и взаимозависимостей платформенных экосистем в различных контекстах.

Стоит отметить, что широкий спектр типов цифровых платформ и их быстрая эволюция затрудняют выработку их единой категоризации.

Общим аспектом среди большинства подходов к определению платформенных экосистем является то, что экосистемы, опосредованные платформой, характеризуются сетевыми эффектами, когда ценность платформенных продуктов зависит от количества пользователей в экосистеме.

Анализу сетевых эффектов уделяется большое внимание в научной литературе. Сетевые эффекты приводят к увеличению отдачи от масштаба, что, в свою очередь, приводит

к динамике «победитель получает все», и многие рынки платформ в конечном итоге имеют концентрированную или монополистическую структуру.

Как показывает практика, платформенно-опосредованные экосистемы становятся все более сложными из-за растущей конкуренции и усложнения бизнес-операций.

Как следствие, существует потребность в углублении понимания основ цифровых платформ и платформенно-опосредованных экосистем, а также их конкурентных преимуществ перед другими известными организационными формами [3].

В связи с этим, основная цель исследования - повышение уровня понимания феномена цифровых платформ и экосистем, а также выявление основных факторов их влияния на экономические отношения.

Исследователями цифровых платформ, основываясь на исследованиях в области экономики, стратегического управления и информационных систем, делается вывод о том, что цифровые платформы могут принимать стратегические решения по трем различным типам взаимосвязанных границ [4]:

- (1) сфера деятельности компании-платформы (какие активы находятся в собственности, какой персонал задействован и т.д.);
- (2) какова конфигурация и состав сторон платформы (какие группы клиентов имеют доступ к платформе);
- (3) цифровые интерфейсы (которые определяют двусторонний обмен данными между платформой и каждой из ее сторон).

В сфере ответственности владельцев цифровых платформ входит принятие важных стратегических решений. Данные стратегические решения влияют на конфигурацию и количество сторон, а также на состав сторон, связанных с платформой. Поскольку эти решения разграничивают экономических агентов, которым разрешен доступ к платформе, и тех, кто лишен такого доступа, они представляют собой граничное решение по платформам.

Влияние цифровых платформ на экономические отношения осуществляется посредством следующих мер и механизмов [5]:

- сбор, организация, оценка информации в целях сокращения издержек поиска;
- предоставление инфраструктуры в целях улучшения удобства и снижения стоимости транзакций для производителей и потребителей;
- содействие социальной коммуникации и обмену информацией в целях обеспечения обратной связи с потребителями и их социальных выгод;
- агрегирование спроса и предложения в целях повышения разнообразия продуктов и услуг;
- содействие рыночным процессам в целях обеспечения более разнообразного выбора по более низкой цене;
- обеспечение доверия между участниками платформы в целях улучшения взаимодействия между участниками и др.

С другой стороны, цифровые платформы могут продуцировать негативные последствия, например, в виде дискриминации на рынке труда, манипулирования своим монопольным положением, подавления конкуренции и т.п. [6].

Подводя итоги, следует отметить, что феномен цифровых платформ недостаточно изучен в зарубежной и отечественной литературе, в связи с чем возникает большая потребность в более глубоком изучении данного феномена в рамках различных направлений теоретических и прикладных исследований.

Источники и литература

- 1) Гелисханов И. З., Юдина Т. Н., Бабкин А. В. Цифровые платформы в экономике: сущность, модели, тенденции развития // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. 2018. Т. 11. № 6. С. 22-36.
- 2) Осипов Ю.М., Юдина Т. Н., Гелисханов И.З. Информационная и цифровая экономика: концепт, основные параметры и механизмы реализации // Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика, 3. 2019. стр. 51-60.
- 3) Хашиева А.М. Экономика совместного пользования и цифровые платформы / Цифровизация и бытие / Под ред. Ю.М. Осипова, М.И. Лугачева, Т.С. Сухиной, Т.Н. Юдиной. 2021, стр. 188-201.
- 4) Gawer, A. (2021) Digital platforms' boundaries: The interplay of firm scope, platform sides, and digital interfaces. Long Range Planning.
- 5) Geliskhanov I., Yudina T. N. Digital platform: A new economic institution // Quality - Access to Success. 2018. Vol. 19. No. S2. P. 20-26.
- 6) Geliskhanov I., Yudina T. N. Features of Digital Platforms Functioning in Information-Digital Economy // IOP Conference Series: Materials Science and Engineering (MSE). 2019. Vol. 497.