Джаппарова Н.Л.

Цифровые платформы: сущность и роль в цифровой трансформации

ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»

(Россия, Симферополь)

doi: 10.18411/trnio-12-2021-17

Аннотация

В статье рассматривается сущность цифровых платформ, как эффективных бизнес-моделей; их основные типы, особенности и стратегии монетизации. Выявлены ключевые преимущества и роль развития цифровых платформ в современной цифровой среде.

Ключевые слова: цифровые платформы, цифровая трансформация, бизнес-модель.

Abstract

The article examines the essence of digital platforms as effective business models; their main types, features and monetization strategies. The key advantages and role of the development of digital platforms in the modern digital environment are identified.

Keywords: digital platforms, digital transformation, business model.

Цифровизация сегодня является глобальной, всеобщей тенденцией, трансформирующей методы и средства управления, подходы к принятию управленческих решений, экономику в целом. Компании используют знания, не только как интеллектуальный ресурс, но и как информационную базу для формирования новых бизнес-моделей, эффективных в современных условиях. Одной из таких бизнес-моделей есть цифровая платформа.

Использование цифровых платформ в рамках объединенного информационного пространства позволяет ускорить и удешевить ведение бизнеса, а также повысить вертикальную мобильность общества. Цифровые платформы обеспечивают решение актуальных задач, среди которых – повышение алокационной эффективности и снижение транзакционных затрат, обеспечение возможностей конкуренции между платформами, поддержание сложных форм стратегического поведения экономических агентов, предотвращение захвата платформы агентами влияния.

Актуальным на сегодняшний день является определение цифровой платформы, как системы алгоритмизированных взаимовыгодных взаимоотношений значимого количества независимых участников отрасли экономики (или сферы деятельности), осуществляемых в единой информационной среде, приводящей к снижению транзакционных издержек за счёт применения пакета цифровых технологий работы с данными и изменения системы разделения труда.

Многие платформы можно охарактеризовать как технологические решения (приложение, сайт), агрегаторы, направленные на удовлетворение спроса и предложения, путем формирования возможности контакта заказчика, потребителя и деятельности, наполнение и правила функционирования которых регулирует владелец и разработчик. Роль платформ тяжело переоценить хотя бы ввиду того, что к компаниям-лидерам по уровню рыночной капитализации относятся в том числе и цифровые платформы – Microsoft, Apple, Amazon, Facebook.

Цифровая эра сменила роль современного покупателя и каналы его взаимодействия с компаниями. На смену традиционной модели пришли динамические сетевые структуры, где эффективно работает обратная связь, люди общаются друг с другом и все больше ценится лояльность клиента. Сегодняшний клиент – это активный участник работы компании, формирующий ее репутацию и влияющий на рынок. Здесь важна взаимная лояльность (не только клиент лоялен к компании, но и компания лояльна к клиенту).

Вместе с этим меняется экономическая модель (расходы/доходы), структура бизнеса и модель его масштабирования. Объектом внимания становятся клиентские сети, которые сами по себе становятся ценным покупаемым и продаваемым активом.

Особенностями цифровых бизнес-моделей помимо клиентоориентированности становятся: базирование преимущественно на электронных платформах; коммуникации между участниками рынка в онлайн-среде с использованием соответствующих инструментов; сетевой характер.

Можно выделить три типа цифровых платформ:

- инструментальные цифровые платформы — это платформы, в основе которых находится программный или программно-аппаратный комплекс (продукт), предназначенный для создания программных или программно-аппаратных решений прикладного назначения;
- инфраструктурные цифровые платформы, в основе которых, находится экосистема участников рынка информатизации, целью функционирования которой является ускоренный вывод на рынок и предоставление потребителям в секторах экономики решений по автоматизации их деятельности (ИТ-сервисов), использующих сквозные цифровые технологии работы с данными и доступ к источникам данных, реализованные в инфраструктуре данной экосистемы.
- прикладные цифровые платформы характеризуются как, бизнес-модель по предоставлению возможности алгоритмизированного обмена определёнными ценностями между значительным числом независимых участников рынка путём проведения транзакций в единой информационной среде, приводящая к снижению транзакционных издержек за счёт применения цифровых технологий и изменения системы разделения труда.

Создание и развитие цифровой платформы гораздо дешевле, чем развертывание производства или сервиса предоставления услуг. Она не нуждается в значительной материально-технической базе, большом количестве наемных работников и т.д.

Еще одним преимуществом платформ является простота их масштабирования. Если расширение рынка для традиционного бизнеса предполагает значительные затраты на формирование дистрибьюторской сети, продвижение продукции на рынок, то цена и ценность платформы растет совместно с ростом количества потребителей по закону Мелткафа: полезность сети приблизительно равна половине квадрата численности юзеров [2]. Соответственно, платформа, не наполненная пользователями, ценности не имеет. Стратегии монетизации платформ представлены в таблице 1.

Таблица 1

Стратегия монетизации цифровых платформ

Модель	Механизм реализации	Пример
Бесплатная	Платформа предоставляет бесплатные услуги. Монетизация происходит по пути доставки пользователям рекламного контента	Facebook, Google (контекстная реклама), YouTube, Ozon
Условно бесплатная	Платформа предоставляет бесплатные услуги в базовой версии, пользователь платит за расширенный формат	Spotify, Coursera
Удержание комиссии	Удержание комиссии с каждой транзакции	Wildberries, eBay, Uber
Оплата за доступ	Плата за доступ к информации на платформе	Science Direct, платные электронные средства массовой информации
Дифференцированная плата за доступ	За доступ к сервисам платформы платит только часть пользователей, больше заинтересованных в услугах платформы	Сайты знакомств

Источник: составлено автором.

Монетизация платформ характеризуется тем, что в большинстве случаев она позволяет минимизировать финансовую нагрузку на пользователей путем ее распределения [3, с. 29]. Отдельно можно выделить такие платформы, как маркетплейсы (Wildberries, Ozon, Яндекс. Маркет и т.п.). Для покупателя они бесплатны, но для пользователей-продавцов набор услуг может быть реализован по модели «условно бесплатная» (формирование ограниченного количества бесплатных объявлений, без дополнительных услуг), или по модели подписки (оплата раз в определенный период определенного набора услуг, таких как, например, оформление, продвижение, автоматическое заполнение объявлений и т.д.).

Многие компании меняют свою бизнес-модель производителя или продавца на платформенную (Amazon, Uber). Именно это свидетельствует о ее перспективности и экономической выгоды. Важная роль отводится платформам в период Covid-пандемии, когда пользователь желает пользоваться сервисами доставки, заказов, выполнение заданий с минимальным контактом с продавцами, менеджерами, операторами и т.д.

Поэтому можно говорить о платформизации как эффективной в современных условиях бизнес-модели, которая получает активное распространение и в России.

1. Бонина С. Цифровые платформы для развития: основы и программа исследований. // Информационные системы. 2021. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/isj.12326>
2. Сичкаренко К. А. Цифровые платформы: подходы к классификации и определение роли в экономическом развитии // Причерноморские экономические студии. 2018. № 35. С. 28-35

Джумаева Я.М.-Х., Ильясова К.Х.

Информационная деятельность органов местного самоуправления

Чеченский государственный университет им. А.А. Кадырова

Чеченский государственный педагогический университет

(Россия, Грозный)

doi: 10.18411/trnio-12-2021-18

Аннотация

В настоящее время одной из важнейших и жизненно важных для руководителей любого уровня проблем является использование информационных технологий в разработке управленческих решений. В острой конкурентной борьбе выживают и добиваются успеха те организации, в которых руководство владеет умением принимать эффективные решения, используя дополнительные возможности, которые дают современные информационные технологии.

Ключевые слова: массовая информация, информационные технологии, интернет.

Abstract

Currently, one of the most important and vital problems for managers of any level is the use of innovative technologies in the development of management decisions. In an intense competitive struggle, those organizations in which the management possesses the ability to make effective decisions using the additional opportunities that modern information technologies provide, survive and achieve success.

Keywords: mass information, information technology, internet.

Право человека на получение сведений относится к субъективным правам, которые гарантируются Конституцией. Это обусловлено тем, что они закреплены в ее нормах. Исходя из части 2 статьи 24 Конституции Российской Федерации, госорганы и органы муниципалитета, работающие в них сотрудники должны предоставлять для ознакомления материалы и документацию, которые напрямую связаны с правами. Исключениями могут