

© **Катровский Ю. А., 2020**

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В данной статье рассмотрено создание условий, ориентирующих компании на создание платформ и экосистем вокруг них. Проанализированы различные модели платформ и их значение в современной экономике.

Ключевые слова: платформа, экономика, экосистема, сетевые эффекты, конкуренция

Экономика платформ является новым подходом к ведению бизнеса. Данный подход включает в себя экономику масштаба, новые технологии, инновационные бизнес-модели.

Такие компании как, AirBnB, Uber и Facebook являются примерами компаний, где созданная ими экосистема создает контент, предоставляет ресурсы, которые затем потребляются конечными клиентами на другом конце платформы [1].

Данные компании являются своего типа родоначальниками экономики платформ. Они создают большое конкурентное преимущество с помощью инновационных бизнес решений, создания сети и обеспечения операционной платформы между различными субъектами, обеспечиваемой интуитивно понятными и инновационными технологическими решениями. После того, как у платформы появляется своя экосистема, она становится неуязвимой, и даже

крупные игроки с трудом могут бросить вызов такой платформе. В данном случае, ценность платформы гораздо выше, чем ценность отдельно взятых ее элементов.

С точки зрения отдельно взятой компании, очень важно понимать свою роль в создании платформы и то, сможет ли бизнес опираться на платформу, которую создавали для конкретных потребностей компании. В случае, когда компания хочет добиться конкурентного преимущества на рынке, то стоит сразу рассматривать вопрос о создании платформы с собственной экосистемой.

Например, если компания, работающая в сталелитейной промышленности, хочет повысить свою конкурентоспособность, она, вероятно, может сделать это, используя платформы, созданные другими, вместо того чтобы придумывать свои собственные [4]. Даже в этом случае компания будет играть определенную роль в экономике платформ и получит выгоду от того, что станет ее частью.

Однако получение конкурентного преимущества перед другими предприятиями, работающими на той же платформе, зависит от целого ряда факторов [2]. Фирма должна учитывать, насколько успешен маркетинг, хороши отзывы клиентов и каков ценовой диапазон продуктов, услуг по сравнению с конкурентами. Другой путь, очевидно, заключается в том, что компания инвестирует в разработку собственной платформы и устанавливает свои собственные правила.

Отправной точкой для успешной экономики платформ является выигрышная бизнес-концепция, где техническое решение является всего лишь инструментом, хотя необходимым и критичным.

При рассмотрении вопроса о создании платформы, важно понимать тип компании и какую роль хочет играть фирма в своей нише. При условии старта большого проекта, с достаточным количеством ресурсов, развитой сетью и инфраструктурой, например, Valmet или Kone, то в подобных случаях вполне оправданно начать импорт собственной экосистемы на платформу, которой управляет сама компания.

Конкурентное преимущество должно быть направлено не только на своих нынешних конкурентов, но и предусматривать потенциальных соперников. Данное преимущество можно заработать с помощью уникального набора навыков, умений, способах вести дела и т.д. Экономика платформ может рассматриваться как инструмент создания прямого конкурентного преимущества, в отличие от просто цифровизации [3]. Это формула, с помощью которой в принципе любой бизнес может быть преобразован в цифровую совместимость, чтобы достичь успеха или даже разрушить свою конкурентную область.

Еще один немаловажный пункт в экономике платформ, это надежность, такая характеристика платформы, которая делает копирование ее бизнеса чрезвычайно трудным для других [1]. После того, как была построена различимая и успешная бизнес-

концепция, компания должна остановиться и подумать, как они могут сохранить новый статус-кво. Желательно, чтобы это делалось, эффективно и постоянно дистанцируясь от того, что пытаются сделать конкуренты.

Google-отличный пример глобальной инфраструктуры. Его легко защитить, потому что создание такой обширной сети, как у Google, является одновременно дорогостоящим и медленным. Мало у кого есть возможность или желание бросить вызов этому.

Более того, не стоит забывать о сетевых эффектах — это то, что происходит, когда новые пользователи делают сеть более ценной для существующих пользователей. Как только сеть пересекает критический порог, конкурирующие сети традиционно начинают терять позиции и становятся менее интересными в сравнении.

Сетевые эффекты — один из лучших способов создать надежность в онлайн-бизнесе. Компании, чей бизнес вплетен в сеть сетевых эффектов, имеют все возможности для того, чтобы сделать его большим на рынке.

Когда вы смотрите на любой из огромных успехов в онлайн-бизнесе, независимо от отрасли, вы часто можете идентифицировать различные виды сетевых эффектов как ключи к успеху.

В основе платформенной экономики лежит цифровая платформа, состоящая из данных, которые доступны с помощью заранее определенных средств [4]. Этот путь к данным называется интерфейсом прикладного программирования, или сокращенно API. В начале 00-х годов Amazon решила, что все ее внутренние продукты должны быть построены с использованием API, что, в свою очередь, позволило родиться облачной платформе Amazon AWS, ее коммерциализировать и максимально масштабировать. Также, стать одним из поставщиков облачных платформ большой тройки.

Современный, хорошо разработанный API может объединить весь основной бизнес в канал, который может обслуживать различные целевые группы. Сам API может быть, если он хорошо документирован, продуктом, который называется API-как продукт или API-как услуга.

Кроме того, данные, собираемые API, могут быть упакованы и использованы для создания мобильного приложения, которое затем может быть использовано для улучшения доступности определенной целевой группы клиентов, например, компания TripAdvisor.

Модель реализации современного онлайн-бизнеса — это экспериментальное проектирование и разработка. Это, в свою очередь, означает разработку на основе данных и пользователей, когда компания готова бросить вызов моделям, которые больше не работают или признаны неэффективными, и путем экспериментов построить новые и лучшие способы ведения бизнеса.

В основе экспериментирования лежат осмысленность, творческое решение проблем,

принятие неудачи как части пути к успеху, культура постоянного совершенствования, измеримость и способность к самостоятельной и коллективной работе [2]. Бизнес-концепция, которая выделяется, лежит в основе экономики платформ.

Это поднимает интересный вопрос, как только платформа утвердится на рынке, она становится все более и более сложной для конкуренции и снести такую экосистему уже невозможно. Возможно, конкурентам будет удобнее попытаться выкупить платформу, не нарушая равновесия на рынке. ■

1. Алексунин В. А., Родигина В. В. Электронная коммерция и маркетинг в Интернет. – Учебное пособие. – М.: «Дашков и К0», 2012.

2. Завалеев В. Курс ЦИТ «Internet-технологии в проектах с пластиковыми карточками», Центр Информационных Технологий, 2012.

3. Нельзина О. Г. Характеристики, проблемы и перспективы развития систем электронной коммерции в современной России // RELGA, №23 (145) [Электронный ресурс] URL: www.relga.ru (дата обращения 25.07.2020)

4. Ухин Д. Оценка перспектив электронной коммерции (в мире) // [Электронный ресурс] URL: <http://www.m4u.webprovider.com/articles/ecperspecives.htm> (дата обращения 27.07.2020)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Алексунин В. А., Родигина В. В. Электронная коммерция и маркетинг в Интернет. – Учебное пособие. – М.: «Дашков и К0», 2012.

Завалеев В. Курс ЦИТ «Internet-технологии в проектах с пластиковыми карточками», Центр Информационных Технологий, 2012.

Нельзина О. Г. Характеристики, проблемы и перспективы развития систем электронной коммерции в современной России // RELGA, №23 (145) [Электронный ресурс] URL: www.relga.ru (дата обращения 25.07.2020)

Ухин Д. Оценка перспектив электронной коммерции (в мире) // [Электронный ресурс] URL: <http://www.m4u.webprovider.com/articles/ecperspecives.htm> (дата обращения 27.07.2020)

Platform models in the modern economy

© Katrovskii Y., 2020

This article discusses the creation of conditions that guide companies to create platforms and ecosystems around them. Various platform models and their significance in the modern economy are analyzed.

Keywords: platform, economy, ecosystem, network effects, competition
