

Дроздович Л. И. к.э.н., доцент, Каленкович Ю. А., студентка
УО «Белорусский национальный технический университет»,
г. Минск, Республика Беларусь
a1246860@gmail.com, kalenkoviculia@gmail.com

ЦИФРОВЫЕ ПЛАТФОРМЫ КАК ИНСТРУМЕНТ ТРАНСФОРМАЦИИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ

Внедрение цифровых технологий используется компаниями для повышения конкурентной устойчивости, которое обеспечивается благодаря не только трансформации системы управления, позволяющую получать более точную информацию о рынке, но и оптимизировать совокупные издержки, включая транзакционные издержки. Использование цифровых платформ компаниями также способствует формированию новой ценности, как для производителей, так и потребителей.

В цифровой среде одновременно находятся компания и клиенты, используются современные технологии для работы с большим количеством данных и прогнозируется спрос потребителей. Все это требует проведения организациями углубленной аналитики по отношению к потенциальным покупателям. Компании, которые управляют каналами взаимодействия, тонко понимают потребности клиентов, переходят от массового сегмента к большому количеству отдельных клиентов. В этой связи, анализ тенденций динамики затрат в ряде отраслей, в условиях цифровых преобразований, позволяет рассматривать снижение транзакционных издержек большинства компаний, как устойчивую тенденцию, вследствие того, что компании, использующие цифровые инструменты, могут распределять свои ограниченные ресурсы более эффективным способом, организуя производство и распределение с учетом потребностей клиентов.

В управлении взаимоотношениями с потенциальным клиентом главное внимание уделяется умению с помощью цифровых технологий собирать и обрабатывать большие объемы информации. В таких условиях формируется индивидуализированный маркетинг. Компании выходят на новый уровень конкуренции. Внедрение цифровых технологий, в частности цифровых платформ, становится необходимым условием выживания фирм в конкурентной среде.

С помощью цифровой трансформации в системах коммуникаций и организации бизнес-процессов появляются совершенно новые способы взаимодействия с потенциальными клиентами. При использовании социальных сетей и продаж в Интернете наблюдается полное изменение работы организаций с клиентами, начиная с банковской сферы и заканчивая сельским хозяйством. Необходимая информация, которую клиенты используют при выборе продукта, может быть получена с помощью коммуникативных технологий. Большинство товаров клиенты приобретают только после того, как изучат информацию о них в сети Интернет. Проанализировав данную информацию, можно с уверенностью утверждать, что в современном мире торговые компании должны не только реагировать на цифровую трансформацию коммуникаций, но и пользоваться её преимуществами.

На сегодняшний день в научной литературе отсутствует единое понимание цифровых платформ, а также к их классификации. Это связано,

прежде всего, с комплексным характером феномена цифровых платформ, который представляет исследовательский интерес с точки зрения различных научных областей знаний и концепций [1].

Под цифровыми платформами понимаются гибридные структуры (гибриды рынков, фирм, сообществ и технологических систем), ориентированные на создание ценности путем обеспечения прямого взаимодействия и осуществления транзакций между несколькими группами сторонних пользователей [2]. В понятие цифровой платформы входит как сама технологическая конструкция, так и платформенные бизнес-модель и экосистема [3].

Платформа как бизнес-модель представляет собой модель обеспечения посредством технологической площадки прямого взаимодействия и осуществления транзакций между субъектами с использованием новых способов и форм взаимодействия, создания ценности и ценообразования [2].

Цифровые платформы могут рассматриваться в качестве технологических конструкций, корпоративных организаций и бизнес-моделей, а также экосистем. Они обладают многоуровневой модульной архитектурой, что позволяет им быть гибкими при подключении различных ресурсов и участников.

Создание, передача, распространение и потребление ценности в платформенной бизнес-модели осуществляется на различных стадиях и в разных форматах производителями, потребителями, а также иными участниками платформы. Ценность, созданная в платформенной бизнес-модели, может быть представлена в различных формах: в виде информации, продуктов, социальной валюты. Монетизация подразумевает присвоение части созданной в пределах платформы дополнительной ценности.

Платформизация экономики способствует раскрытию новых источников и нереализованного потенциала как стороны предложения, так и стороны спроса, в том числе вовлекая в экономическую деятельность недоиспользованные материальные, человеческие и иные ресурсы [4].

Так как сообщество участников цифровых платформ создает большую часть ценности, зачастую платформенные компании обращают внимание в своей деятельности не на организацию внутренних бизнес-процессов и контроль над внутренними ресурсами, а на внешние процессы управления и контроля.

Ключевыми факторами развития платформ являются сетевые эффекты, технологические изменения и инновации, обеспечение высокого уровня взаимодействия, развитие комплементарных сервисов для участников платформы и т. д. [5].

Стоит отметить, что цифровые платформы обладают как рядом преимуществ, так и недостатками. Одними из них являются возможное злоупотребление компаниями своими возможностями и ресурсами (предоставление накопленных «больших данных» третьим лицам, осуществление персонализированного ценообразования с целью захвата «излишка» потребителя), а также несовершенство правового регулирования деятельности цифровых платформ.

Другим важным направлением и преимуществом цифровизации бизнес – процессов является возможность сокращения транзакционных издержек, возникающих на любом рынке. Транзакционные издержки – это

расходы, которые возникают при взаимодействии экономических субъектов: юридических и физических лиц. Данные издержки чаще всего связаны с заключением и исполнением соглашений и договоров. Основной частью транзакционных издержек являются затраты на поиск информации, ее обработку, оценку ее качества. Их можно сократить при использовании цифровых платформ, поскольку платформенность способствует снижению неопределенности и меры риска субъектов при принятии управленческих решений. Цифровые платформы характеризуются быстрой передачей и обработкой данных, использованием управляющих систем, которые не нуждаются в участии человека. Это помогает минимизировать человеческий фактор, который влияет на транзакционные издержки.

В целом, современные процессы цифровой трансформации на основе применения инновационных технических решений позволяют не только оптимизировать затраты за счет новых технологий взаимодействия с потребителями и поставщиками, но и формировать новые цепочки создания ценности. Цифровые платформы как инструмент управления позволяет компаниям более точно оценивать модели поведения потребителей за счет более гибкого взаимодействия с ними в интернет пространстве и увеличения точек соприкосновения с клиентами.

Список использованных источников

1 Бабкин, А. В. Классификация и характеристика цифровых платформ в экономике / А. В. Бабкин // Электронный научный журнал «Вектор экономики». – 2018. – № 12. – 11 с.

2 Гелисханов, И. З. Цифровые платформы в экономике: сущность, модели, тенденции развития / И. З. Гелисханов, Т. Н. Юдина, А. В. Бабкин // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. – Москва, 2018. – Т. 11. – № 6. – 15 с.

3 Гелисханов И.З. Цифровая платформа как институт экономики нового технологического поколения // Ломоносов – 2018: матер. Междунар. молодежного науч. форума. М.: МАКС Пресс, 2018.

4 Гелисханов И.З. Цифровые платформы: особенности и перспективы развития / И. З. Гелисханов // Матер. Семьдесят первой Всероссийской научно-технич. конф. студентов, магистрантов и аспирантов высших учебных заведений с междунар. участием. – Ярославль, 2018. – Т. 3. – С 637-640.

5 Мартенс, Б. (2016). Взгляд на экономическую политику на онлайн-платформах. Рабочий документ Института перспективных технологических исследований по цифровой экономике.

Лабоцкая А.А., магистр юридических наук, научный сотрудник
ГНУ «Центр системного анализа и стратегических исследований
НАН Беларуси»,
г. Минск, Республика Беларусь
nastena_labockaya@mail.ru

«ИНТЕРНЕТ ВЕЩЕЙ» В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Четвертая промышленная революция (Индустрия 4.0) предполагает массовое внедрение информационных технологий.