

УДК 658

ПРОЦЕСС ТРАНСФОРМАЦИИ ЦИФРОВОЙ ПЛАТФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ В ЦИФРОВУЮ ЭКОСИСТЕМУ

Бекбергенева Д.Е.

*Кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры теории и практики
управления*

*Оренбургский филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и
государственной службы»,*

Оренбург, Россия

АНО ВО Самарский университет государственного управления

«Международный институт рынка»,

Самара, Россия

Аннотация: Данная статья посвящена изучению отличий между понятиями «цифровая платформа» и «цифровая экосистема». Обоснован естественный путь преобразования цифровой платформы в цифровую экосистему. Выявлены основные решения на каждом этапе процесса преобразования цифровой платформы в цифровую экосистему для обеспечения устойчивой конкурентоспособности региональной экономики.

Ключевые слова: цифровая трансформация, цифровая платформа, цифровая экосистема.

THE PROCESS OF TRANSFORMING AN ORGANIZATION'S DIGITAL PLATFORM INTO A DIGITAL ECOSYSTEM

Bekbergeneva D.E.

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the
Department of Theory of Practice and Management,*

Orenburg Branch of the RANEPA,

Orenburg, Russia

ANO VO Samara State University "International Market Institute"

Samara, Russia

Abstract: This article is devoted to the study of differences between the concepts of "digital platform" and "digital ecosystem". The natural way of converting a digital platform into a digital ecosystem is proved. The main solutions are identified at each stage of the process of converting the digital platform into a digital ecosystem to ensure the sustainable competitiveness of the regional economy.

Key words: digital transformation, digital platform, digital ecosystem.

Широко обсуждаемая в научной литературе цифровизация экономики основывается на внедрении новых бизнес-моделей, ключевой из которых является цифровая платформа. Цифровые платформы позволяют использовать инновационные ресурсы крупных предприятий и организаций, человеческие капитал профессионалов и фрилансеров на рынке труда, коммуникационные открытые ресурсы сети Интернет и организационные ресурсы органов государственной власти для достижения единых целей социально-экономического развития региона. Содержание и тенденции развития цифровых платформ на современном этапе развития цифровой экономики рассмотрены в трудах И.З. Гелисханова [1], Т.С. Купревича [2], Э. Хагу [7], В. Месропян [3]. Подходы к классификации цифровых платформ приводятся в работах А.П. Шабанова [5], М. Унлу [10], К. Мойер [9]. Особенности управления цифровыми платформами изучаются А. Прохоровым, Л. Коник [4], М. Янсити и К. Лахани [8]. Современные реалии развития цифровой экономики определяют необходимость углубления научных исследований в сфере особенностей развития цифровых платформ и конверсии их в цифровую экосистему, что не достаточно изучено в научной литературе.

С нашей точки зрения, отличия цифровой платформы и цифровой экосистемы заключается в целях создания и масштабе функций данных структур бизнеса. Цифровая платформа – это управляемая конкретным бизнесом или компанией структура, которая позволяет привлеченным поставщикам, партнерам и потребителям совместно использовать или развивать цифровые процессы. Цифровая экосистема представляет собой динамичную сеть открытых цифровых платформ, активное взаимодействие которых позволяет предоставлять ценности и удовлетворять разные потребности всех заинтересованных участников, использующих современные цифровые технологии: мультимедийные и интерактивные коммуникации, хранение и обработка больших массивов данных, искусственный интеллект, облачные вычисления и средства кастомизации продукта.

В таблице 1 представлена сравнительная характеристика цифровой платформы и цифровой экосистемы.

Таблица 1 – Сравнительная характеристика цифровой платформы и цифровой экосистемы

Параметры сравнения	Цифровая платформа	Цифровая экосистема
Роль в экономике	Катализатор развития экономики	Триггер формирования единого цифрового пространства страны
Цель	Создание удобной электронной площадки для взаимодействия поставщиков и потребителей цифровых ресурсов	Формирование цифрового экономического контура организаций и стран-участников экосистемы
Инструменты	Структурирование больших потоков данных и процессов, облачные вычисления, кастомизация продукции, 3D-печать, интернет вещей	Проактивные технологии, искусственный интеллект, блокчейна, цифровые двойники, когнитивные технологии, дополненная реальность
Стейкхолдеры	Владельцы платформы, промышленные	Органы государственной власти, координаторы экосистемы,

	предприятия, конечные потребители	промышленные предприятия, логистические и транспортные компании, конечные потребители
Ограничения для участников	Условия и правила функционирования цифровой платформы	Риски обеспечения кибербезопасности, политические, законодательные и экономические различия партнеров - организаций или стран
Преимущества для участников	Сокращение транзакционных издержек и ускорение операционных циклов	Стирание географических границ, освоение новых рыночных возможностей, повышение качества жизни населения и доходности бизнес-структур

Цифровая платформа постепенно должна расширяться ее владельцем до цифровой экосистемы. На начальном этапе создания цифровой платформы компании необходимо максимально учесть интересы всех заинтересованных участников для оптимизации количества транзакций и издержек пользователей. При этом ресурсы цифровой платформы предоставляются поставщикам и потребителям цифровых ресурсов бесплатно, внедрение инструментов цифровой платформы происходит в узком кругу потребителей. Имеющиеся на рынке известные цифровые платформы не воспринимают цифровой стартап как угрозу бизнесу и легко допускают новую цифровую платформу в цепочку создания ценности. Развивая функционал и интерфейс цифровой платформы, компания снижает свои транзакционные издержки и повышает маржинальность бизнеса. С ростом мощности цифровой платформы действует закон Метклафа – полезность сети для ее участников увеличивается в квадратичной зависимости от количества самих участников сети [6], поэтому компания должна стремиться привлекать все большее количество участников для повышения ценности всей сети. Владельцы цифровых платформ объединяются для получения

дополнительных возможностей, большего охвата рынка, комплексного удовлетворения потребностей своих потребителей. При этом более успешные владельцы начинают контролировать большую часть рынка, расширяя свои компетенции до предоставления пользователям широкого спектра несмежных и невзаимозаменяемых продуктов и услуг. Тем самым формируется цифровая экосистема как сеть интегрированных, распределенных цифровых платформ, увеличивающих ценность для потребителей за счет использования интерактивных технологий кастомизации продукта и проактивных методик прогнозирования и предвосхищения будущих потребностей потребителей.

Процесс трансформации цифровой платформы организации в цифровую экосистему может включать следующие последовательные решения:

- создание официального сайта с наличием базового набора сервисов для пользователей: информация об организации, история развития, ассортимент продуктов, интересные факты, контакты;

- организация интернет-магазина с возможностью покупателям откладывать выбранный товар в корзину, сравнивать товары, оплачивать выбранные товары, заказывать доставку;

- расширение интернет-магазина до коммуникационной цифровой платформы, позволяющей посетителям не только выбирать продукты или услуги из имеющегося перечня, но и заказывать особое предложение, получать консультацию онлайн, кастомизировать продукцию под свои индивидуальные запросы;

- интеграция собственной цифровой платформы со сторонними платформами для получения синергетического эффекта, что позволяет посетителям получать разнообразные, зачастую не связанные между собой блага (например, покупатели интернет-магазина «Лента» могут при определенной сумме покупки воспользоваться возможностью участия ребенка в летнем онлайн-лагере);

- преобразование цифровой платформы в цифровую экосистему, предоставляющую ценности для всех заинтересованных участников: поставщиков цифровых ресурсов, владельцев интегрированных цифровых платформ, потребителей цифровых продуктов и услуг, регулирующих органов государственной власти.

Таким образом, можно заключить, что преобразование цифровой платформы в цифровую экосистему является естественным и прогнозируемым этапом эволюции цифровых решений современной компании. Особое внимание необходимо уделить созданию условий для входа на цифровой рынок предпринимателей и организаций любого размера всех отраслей региональной экономики, активно используя выявленные преимущества цифровых платформ для формирования рынка открытых инновационных технологий.

Библиографический список:

1 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. – 2018. – Т. 11, № 6. – С. 22-36.

2 Купревич, Т.С. Цифровые платформы в мировой экономике: современные тенденции и направления развития / Т.С. Купревич // Экономический вестник университета. – 2018. – № 37/1. – С. 311-318.

3 Месропян, В. Цифровые платформы – новая рыночная власть: доклад первого заместителя руководителя Проектного офиса по реализации программы «Цифровая экономика Российской Федерации» / В. Месропян. – Москва, 2018. – Режим доступа: <https://www.econ.msu.ru/sys/raw.php?o=46781&p=attachment>. (02.07.2020)

4 Прохоров, А. Цифровая трансформация. Анализ, тренды, мировой опыт / А. Прохоров, Л. Коник. – Москва: ООО «АльянсПринт», 2019. – 368 с.

5 Шабанов, А.П. Инновационное управление цифровыми платформами в экономике знаний / А.П. Шабанов // Системы управления, связи и безопасности. – 2018. – № 3. – С. 106-131.

6 Eisenmann T., Parker G., Van Alstyne M. (2006) Strategies for Two -Sided Markets. Harvard Business Review. 2006. Vol. 84. No. 10. Pp. 92–101.

7 Hagui A., Rothman S. (2016) Network Effects Aren't Enough. – Access mode: <https://hbr.org/2016/04/network-effects-arent-enough>. (03.07.2020).

8 Lansiti, Marco, Lakhani, Karim R. (2017) Managing Our Hub Economy. – Access mode: <https://hbr.org/2017/09/managing-our-hub-economy>. (01.07.2020).

9 Moyer, Kristin R. (2016) Three Styles of Digital Business Platforms. Gartner Research, 12 October 2016, ID G00317581.

10 Murat Uenlue (2017) The Complete Guide to the Revolutionary Platform Business Model. – Access mode: <https://www.innovationtactics.com/platform-business-model-complete-guide/>. (03.07.2020).

Оригинальность 93%