

ИКОНОМИКА НА ПЛАТФОРМИТЕ ¹

МАЯ ИВАНОВА

Интернет базираните платформи са част от дигиталната революция, която засегна почти всички сектори на индустрията и бизнеса. Основната функция на платформите е да предоставят инфраструктура за участниците, за осъществяване на връзки между тях и бизнес транзакции, така че всичко това да представлява една обединена и вътрешно балансирана дигитална екосистема. Съвкупност от хардуер, софтуер, мрежи и връзки, платформите вече са се разпрострели в почти всеки аспект на всекидневния живот. Бързото им развитие и разпространение наложи нов термин за целия нов дял, който те създадоха, а именно икономиката на платформите².

Икономиката на платформите се занимава както със специфичните характеристики на платформите, така и с многобройните им приложения и възможности за бизнес, които те предоставят. В същността на всяка платформа стои възможността за технологична свързаност между участниците. Всички платформи стъпват на дигиталните технологии, и по-специално на разнообразни дигитални алгоритми. Терминът „платформа“ отдавна е надраснал първоначалното си значение на компютърен софтуер или модулна архитектура. Като добавим и разнообразните роли на всеки от участниците, преплетените икономически и социални отношения, платформите се явяват едни мащабни екосистеми, които обхващат сложни транзакции, между многобройни участници, и всички те се случват в дигитална среда, следвайки определени бизнес модели, като допълнително се поддържат от компютърни алгоритми.

Съществуват и различни други наименования или подсекции на Икономиката на платформите, например: Икономиката на споделянето,

Творческа Икономика (Creative economy), Икономика на работата по отделни заявки (Gig Economy) и други подобни. Дори днес често считат, че Икономиката на платформите е синоним или вариант на Икономиката на споделянето. Това се случва заради множеството общи елементи между двете. Все пак, Икономиката на споделянето е по-скоро част от Икономиката на платформите, защото последната обхваща по-широк набор от елементи, сектори, участници, докато Икономиката на споделянето е ограничено само до единия бизнес модел от Икономиката на платформите – взаимното споделяне (peer-to-peer relations, P2P/C2C)³.

Платформите са много удобни, защото на практика те елиминират излишните посредници и нива във веригата на стойността. Те дават възможност за всички участници по веригата да се съберат едновременно и да обменят продукти, услуги или информация. Противно на традиционното разбиране, платформите не участват директно в процеса на производство или дистрибуция, а по-скоро управляват средата, в която това се случва и така създават своя принос или ценност за крайния продукт. Ето защо платформите реално променят традиционната верига на стойността и така провокират появата на нови форми на потребителско и организационно поведение. Казано по-просто, платформите осъществяват и улесняват връзките между всички участници във веригата на стойността и се превръщат в така наречената „многостранна система за търговия“ (multi-sided marketplace).

В зависимост от различните модели някои платформи могат да улесняват отношенията между пазарните участници, като така изпълняват ролята на софтуерни приложения. Други платформи оперират като трети страни на двустранни пазари (само с доставчици и купувачи) – платформите предоставят безплатна услуга на едната страна, а другата група участници заплащат, като така покриват и разходите на самата платформа. Най-популярната форма в последно време се явява многостранната система за търговия. Силата на платформите е именно в

Иванова, М. (2020). Икономика на платформите. *Zangador Report* №021. http://zangador.eu/?page_id=382
Ivanova, M. (2020). The Platform Economy. *Zangador Report* №021. http://zangador.eu/?page_id=382

осигуряване възможността на разнообразни участници да предлагат, купуват или разменят продукти и услуги в подходяща среда, с минимизирани разходи за дистрибуция и комуникация. Таблица 1 показва кратко обобщение на различни платформи, предлагащи разнообразни услуги от множество сектори на икономиката.

Ключът за успеха на платформите е в способността им да създават стойност. Но тази стойност не идва по обичайния начин чрез трансформиране на отделни съставки до краен продукт, след което този продукт да премине по веригата до крайния клиент. Стойността, която платформите създават, е в резултат на *самия процес по събиране на отделните участници* по веригата в удобна среда, където отношенията и транзакциите между тях са силно улеснени, или това е така наречен „ефект на мрежите“ (*network effect*)⁴. Освен това, поради променящите се роли на доставчици, купувачи и посредници, които използват технологии и иновативни модели, днес отношенията между тях са значително по-преплетени, а функциите им – все по-трудно разграничими, защото всяка страна може да поеме функциите на другите. Като резултат имаме нови икономически явления, като например дисинтермедиация, (елиминиране на посредниците) или ре-интермедиация (поява на нови посредници) и други подобни.

Ефектът на мрежите често се свързва с успеха и популярността на платформите. Той е пряко свързан с икономииите от мащаба на търсенето, както и с общия брой потребители/участници в дадена платформа. Обикновено икономииите от мащаба са типични за предлагането, където нарастването на количеството производство води до разпределяне на общите постоянни разходи върху по-голям брой единици, а оттам и до по-нисък разход на единица продукт. Икономииите от мащаба на *търсенето* засягат обратната страна – потребителите. Увеличеният брой купувачи привлича още повече продавачи или доставчици, което, от своя страна, води до още по-бърз растеж и популярност сред купувачите. Така се осигурява допълнителна полза, която често се нарича „положителен ефект на мрежите“⁵. Заедно с нарасналия обем

участници, се добавят и допълнителните ползи, като например социалните функционалности на платформата, които също допринасят за увеличаване на общата стойност. Така крайните облаги за всички участници стават много повече.

Зародили се от преплетените отношения, механизмите за реализиране на приходи на платформите за също толкова разнообразни като модели: *комисионния модел* (платформата получава дял/процент от всяка сделка), *абонаментния модел* (абсолютна сума, която се плаща от всеки участник на годишна или месечна база), *рекламния модел* (платформата разчита на приходи само от реклами), *модел за предоставяне на обслужване* (платформата предоставя допълнителни услуги и функционалности, които се заплащат допълнително) и др. Те, обаче, зависят от приложения бизнес модел на самата платформа, както и от обема транзакции и посоката на паричния поток.

Друга класификация на източниците на приходи за платформите включва: *директни крос-субсидии* (приходите от един продукт компенсират безплатното предлагане на друг), *двустранен пазар* (предлагането на безплатни услуги на едната група участници се финансира от плащанията на другата група), или т. нар. *freemium модел* (предлагане на минимално ниво на услугата безплатно, а за допълнителните екстри се заплаща)⁶. Тази класификация е валидна за платформите, които предлагат някакви безплатни продукти и услуги. Те са по-популярни за С2С платформи, т.е. онези, прилагачи принципа на споделянето, защото потребителската стойност се съсредоточава повече върху социалните и устойчиви аспекти на сделката, отколкото върху икономическата ѝ полза.

Икономиката на платформите заема все по-голямо място в ежедневието ни. С подобряването на технологиите и разпространението им ще се увеличат и възможностите за онлайн транзакции и срещи, които ще осигурят още по-голям подем за платформите. Тегърва ще ги изучаваме в дълбочина и ще разглеждаме най-успешните бизнес модели, които използват.

Таблица 1. Платформи, предлагащи разнообразни услуги от множество сектори на икономиката

Сектор	Име на платформата	Website	Бизнес модел
Търговия на дребно	Alibaba Amazon eBay	https://www.alibaba.com/ https://www.amazon.com/ https://www.ebay.com/	B2C Marketplace
Приложения с отворен код	Odoo	https://www.odoo.com/	B2B
Операционни системи	Android iOS	https://www.android.com/ https://www.apple.com/ios/ios-13/	B2B
Безплатно онлайн публикуване	Wordpress	https://wordpress.com/	B2B, B2C
Управление на проекти	Upwork	https://www.upwork.com/	C2B, B2B
Социални медии	Facebook YouTube	https://www.facebook.com/ https://www.youtube.com/	C2C, B2C
Споделяне на ревюта и оценки (главно на хотели)	TripAdvisor HolidayCheck BrettApproved	https://www.tripadvisor.com/ https://www.holidaycheck.de/ https://www.brettapproved.com/	C2C
Продажби на лични вещи	Sellfy, OLX	https://sellfy.com/ https://www.olx.bg/	C2C
Платформа за различни хоби дейности	HobbyDB	https://www.hobbydb.com/	B2C, C2C
Фризьорски услуги	StyleSeat	https://www.styleseat.com	B2C
Обучение по език	iTalki	https://www.italki.com/	B2C, C2C
Настаяване	AirBnB	https://www.airbnb.com/	C2C, B2C
Транспорт	Uber	https://www.uber.com/	C2C
Онлайн Туристически Агенции	Booking.com Expedia.com	https://www.booking.com/ https://www.expedia.com/	B2C
Глобални Дистрибуционни системи	Amadeus Sabre	https://www.amadeus.net/ https://www.sabre.com/	B2B
Наем на автомобили	BlaBlaCar ZipCar	https://www.blablacar.com/ https://www.zipcar.com/	C2C
Юридически услуги	Zegal	https://zegal.com/	C2C, B2C
Туристически обиколки и услуги	I Like Local Showaround	https://www.i-like-local.com/ https://www.showaround.com/	C2C
Хотелско настаняване на едро	Hotelbeds Go Global Travel	https://www.hotelbeds.com/ https://www.goglobal.travel/	B2B
Почистване на дома и поддръжка	Handy	https://www.handy.com/	C2C, C2B
Форуми	BG Mamma	https://www.bg-mamma.com/	C2C
Медия, кино	Netflix	https://www.netflix.com/	B2C
Бавачки за бебета и деца	Sittercity	https://www.sittercity.com/	C2C
Обучение	Coursera eDX FutureLearn	https://www.coursera.org/ https://www.edx.org/ https://www.futurelearn.com/	B2C, C2C
Наука и научни изследвания	Academia.edu Researchgate.org SSRN.com	https://www.academia.edu/ https://www.researchgate.net/ https://www.ssrn.com/	C2C
Медия	Wikipedia Rakuten Viki Medium	https://www.wikipedia.org/ https://www.viki.com/ https://medium.com	C2C
Игри	Xbox, Lutris	https://www.xbox.com/ https://lutris.net/	C2C, B2C

Сектор	Име на платформата	Website	Бизнес модел
	Boosteroid	https://boosteroid.com/	
Здравни грижи	Cohealo	https://cohealo.com/	B2C, C2C
	CrowdMed	https://www.crowdmed.com/	
	Dispatch Health	https://www.dispatchhealth.com/	
Финанси и финансиране	Bitcoin, Kickstarter	https://www.bitcoin.com/ https://www.kickstarter.com/	C2C
	Селско стопанство	Farm Europe E-Agriculture	
Разплащания	PayPal	https://www.paypal.com/	C2C, B2C, B2B
Търсене на работа	Wonolo	https://www.wonolo.com/	C2B
Фермерски базар	Farmigo	https://www.farmigo.com/	B2C, C2C
Споделяне на собствени вещи	Poshmark	https://poshmark.com/	C2C
Храна	Barnraiser	https://www.barnraiser.us/	C2C, B2C
Услуги за поправки	YourMechanic	https://www.yourmechanic.com/	C2B, C2C
Наем на оборудване	Getable	https://www.getable.com/	C2C, B2C, C2B
Споделяне на пространства	Breather	https://breather.com/	C2C, C2B, B2B
Обмен на енергия	Vanderbron	https://vandebron.nl/	C2B, C2C
Фитнес	ClassPass, Coachup	https://classpass.com/	C2C, B2C
		https://www.coachup.com/	
Услуги за красота	BeGlammed	https://www.beglammed.com/	C2C, B2C
Услуги, предоставяни от фрилансъри и gig работници	Taskrabbit Fiverr	https://www.taskrabbit.com/	C2B, C2C, B2C
		https://www.fiverr.com/	
Услуги за разхождане на кучета или за гледане на домашни любимци	DogVacay	https://dogvacay.com/	C2C
Лични асистенти	Fancy hands	https://www.fancyhands.com/	C2B, C2C
Лична доставка	PiggyBee	https://www.piggybee.com/	C2C

Забележка:

¹ Настоящият Zangador report е базиран на Ivanova, M. (2020). Navigating through the ocean of Platform economy. Proceedings of the International Jubilee Conference "Economic science, education and the real economy: development and interactions in the digital age", 10-11 May 2020 at University of Economics-Varna, Bulgaria, Volume I, 162-172..

² Parker, G. G., Van Alstyne, M. W. and Choudary, S. P. (2016). *Platform Revolution: How Networked Markets Are Transforming the Economy? and How to Make Them Work for You*. WW Norton & Company

³ Ivanova (2020)

⁴ Parker et al. (2016)

⁵ Parker et al. (2016)

⁶ Bostoen, F. (2019). Online platforms and pricing: Adapting abuse of dominance assessments to the economic reality of free products. *Computer Law & Security Review*, 35(3), 263-280