

кафедры ўсеагульнай гісторыі і методыкі выкладання гісторыі БДПУ імя М. Танка І. Р. Чыкалава адкрывала пасяджэнне дакладам «Станаўленне германістыкі як вобласці гістарычных даследаванняў у Расійскай імперыі». Доктар мастацтвазнаўства прафесар кафедры гісторыі, сусветнай культуры і турызму МДЛУ А. М. Кушнярэвіч так вызначыў тэму свайго выступлення: «Нямецкія ўплывы ў беларускім жывапісе XIX ст.». Аб нацыянальных школах на беларускіх землях напярэдадні і ў гады Першай сусветнай вайны паведамлі дацэнт Акадэміі кіравання пры Прэзідэнце Рэспублікі Беларусь В. П. Дзмітрыева і дацэнт БДПУ імя М. Танка У. У. Куніцкі. Старшы навуковы супрацоўнік аддзела ваеннай гісторыі Беларусі Інстытута гісторыі НАН Беларусі М. М. Смальянінаў засяродзіў увагу аўдыторыі на пытанні аб вызваленні беларускіх зямель ад германскіх акупантаў у 1918 годзе.

Даследчыкі І. С. Благуш, В. В. Брыгадзіна, А. У. Ціманава-Кузняцова, П. А. Канцавы і А. Г. Цымбал прадставілі свае даследаванні па наступных тэмах: экспартны патэнцыял прамысловасці ва ўмовах постіндустрыяльнага развіцця: урокі Германіі і выклікі для Беларусі; прававое палажэнне расійскай эміграцыі ў Германіі ў 1920-я – пачатак 1930-х гадоў; паўсядзённае жыццё сельскага насельніцтва Маладзечненскай вобласці (верасень 1944 – май 1945 гг.); выкарыстанне германскага рэпарацыйнага абсталявання на адноўленых і зноў пабудаваных прамысловых прадпрыемствах Беларусі (1945 – пачатак 1950-х гг.); беларускае пытанне ў Заходняй Беларусі (1921–1939) у міжваеннай польскай гістарыяграфіі.

Завяршылася канферэнцыя ўспамінамі пра нямецкага гісторыка Юргена Царускі (28.04.1958 – 04.04.2019). Пра яго жыццёвы шлях, даследчыцкія напрацоўкі, навуковыя дасягненні і асабістыя ўражанні ад сустрэч з ім раскажаў С. Я. Новікаў. З навуковымі дасягненнямі нямецкага даследчыка пазнаёміў удзельнікаў сустрэчы М. В. Стралец.

У заключэнне былі падведзены вынікі канферэнцыі, навукоўцы адзначылі, што міжнароднае супрацоўніцтва з'яўляецца адметнай прыкметай сустрэч у МДЛУ. Добрай традыцыяй стала таксама рэгулярнае выданне і прадстаўленне ў час заключнага пасяджэння чарговага зборніка матэрыялаў міжнароднай навуковай канферэнцыі «Беларусь і Германія: гісторыя і сучаснасць».

*Сяргей Новікаў,*  
сустаршыня аргкамітэта канферэнцыі  
кандыдат гістарычных навук

*Поступила в редакцию 20.03.2020*

**В. Н. Усоский**

## СУЩНОСТЬ ПЛАТФОРМЕННОЙ МОДЕЛИ БИЗНЕСА

26–28 ноября 2019 г. Московский финансовый университет при правительстве Российской Федерации провел VI Международный форум «Рост или рецессия: к чему готовиться». Одна из актуальных тем, обсуждаемых на

конференции, касалась теории двусторонних рынков и платформенной модели построения бизнеса. Большой вклад в анализ этих проблем внесли Жан-Шарль Роше и Жан Тироль, которые еще в 2003 г. опубликовали статью «Платформенная конкуренция на двусторонних рынках» [1]. В ней были изложены методологические основы теории информационной экономики, в которой важную роль играет платформенный тип построения бизнеса, созданный в специфической среде двусторонних (многосторонних) рынков. Ученые провели анализ функциональной роли фирмы-посредника, создающей платформу, для сведения двух различных групп субъектов и координации интенсивности их взаимодействия на рынке.

Ш. Роше и Ж. Тироль в одной из статей писали: «Рынок является двусторонним, если платформа может оказывать воздействие на объем транзакций через установление более высокой цены на одной стороне рынка и снижения цены, уплачиваемой другой стороной за то же количество; другими словами, ценовая структура имеет значение, и платформы должны быть сконструированы так, чтобы привлекать обе стороны потребителей на платформу» [2]. Роше и Тироль ввели критерии рынков с двусторонними сетевыми эффектами, где, во-первых, определили действие перекрестных сетевых эффектов между различными группами потребителей благ. На двусторонних рынках ценность платформы для субъекта из каждой группы положительно зависит от количества пользователей на другой стороне платформы. Во-вторых, платформа увеличивает возможности интенсивного роста объемов совершаемых сделок между субъектами рынка. Выгоды и издержки, которые возникают при платформенном взаимодействии, появляются на двух сторонах рынка одновременно, поэтому их разделение между субъектами достаточно сложно и условно. В-третьих, платформа выполняет важную функцию по обеспечению интенсивности связи между разными группами субъектов. Она обеспечивает регуляционные правила взаимодействия между разными группами субъектов, а также инфраструктуру, которая интенсифицирует транзакции. В-четвертых, платформа регулирует возможности входа субъектов на нее и выхода посредством цен, влияя на размеры сделок, через повышение цен на одной стороне рынка и их снижения – на другой. О важности этих исследований говорит и тот факт, что в 2014 г. Жану Тиролу за работу «Анализ рыночной власти и регулирования» была присуждена Нобелевская премия по экономике.

Платформа – это совокупность выработанных агрегатором правил регулирования субъектов двусторонних рынков и информационно-технологический комплекс, с помощью которого субъекты взаимодействуют между собой, используя прямые и обратные связи. Сущность платформы хорошо передает английский термин *hub* ‘ступица колеса, центр’, который означает центральную часть колеса, соединяющую ступицу колеса с его ободом с помощью спиц или диска. Без этих технических элементов конструкция не сможет действовать. Экономический смысл слова *hub* ‘центр’ означает пересадочный, перегрузочный узел, связывающий в единое

целое транспортные пути посредством их концентрации (hubbing). Агрегатор, создавая платформу, является осевым центром формируемой им иерархии объекта регулирования. Для создания иерархии объекта агрегатор разрабатывает регулятивные правила. С их помощью он задает условия для генерирования сетевого синергетического эффекта, который возникает при взаимодействии субъектов двухсторонних рынков. На платформе происходит тесное взаимодействие субъектов сетевых рынков, интенсивность деятельности которых ведет к созданию продуктов и добавленной ценности. Вне платформы субъекты двухсторонних рынков вступают только в случайные контакты, что приводит к незначительным результатам.

Структурные элементы платформы включают: агрегатор, правила регулирования, технологический инфраструктурный комплекс и субъектов двухсторонних рынков. Всё это в совокупности формирует динамическую систему, которая составляет сложное иерархическое целое. Роль, функции и методы воздействия доминирующего субъекта иерархии (агрегатора платформы) на окружающую среду значительно изменились по сравнению с возможностями, которыми обладают промышленные компании.

Создав платформенную модель бизнеса, технологические компании Big Tech (Uber, AirBnB, Facebook, Google, Alibaba) изменили принципы построения и функционирования микроэкономики фирмы, а также методы регулирования рыночной среды, которая получила название *экосистемы*. Возник принципиально новый тип микроэкономической иерархии рыночной структуры, которая связывает двусторонние рынки, создавая регулируемый агрегатором сетевой эффект взаимодействия субъектов платформы.

Рыночная среда двухсторонних рынков определяется через термин *экосистема*, которая включает инфраструктуру регулирования агрегатором процесса взаимодействия субъектов, продукты и получаемые доходы. *Экосистема* представляет собой объект регуляционного воздействия агрегатора платформы и его результат – добавленную ценность. Она включает субъектов двухсторонних рынков, являющихся фрилансерами, которые, будучи собственниками факторов производства, действуют на свой страх и риск, подпадая под регуляционное воздействие агрегатора платформы. Фрилансеры обладают высокой мотивацией к наращиванию добавленной ценности, что обусловлено их положением в качестве собственников факторов производства.

Агрегатор – это рыночный субъект, регулирующий конкурентное взаимодействие субъектов созданной им экосистемы, которая является специфической иерархией структурных элементов. Платформа изменяет характер взаимодействия субъектов, предлагающих на рынок продукты, созданные с учетом спроса на них потребителей. Создается высокая степень притяжения между субъектами, связывающая их в сетевую систему связей, что позволяет генерировать синергетический эффект от их взаимодействия.

Агрегатор и субъекты двусторонних рынков как собственники факторов производства приводят в действие совокупные ресурсы экосистемы. Фрилансеры, производя продукты потребления для пользователей экосистемы, берут на себя большой объем текущих и капитальных издержек, поддерживая в работоспособности за свой счет внешние ресурсы экосистемы, принадлежащие им. Экосистема включает в себя внутренние ресурсы агрегатора и внешние ресурсы субъектов двусторонних рынков, которые в сетевом взаимодействии совместно создают ценность.

Были созданы два типа платформ – транзакционные и инновационные, которые связывают между собой субъектов двусторонних рынков. *Транзакционные платформы (Uber, AirBnB, Alibaba, Amazon Marketplace, eBay, Waze)* создают условия для взаимодействия различных типов субъектов (поставщики продуктов и услуг, пользователи, покупатели), которые без платформы не смогли бы создать масштабируемый эффект роста ценности. *Инновационные платформы (Facebook, Google, Android, Windows, iPhone)* связывают разработчиков, создающих новые приложения на платформе для пользователей экосистемы. Агрегатор привлекает большое число пользователей, устанавливая пониженные цены на продукты, иногда уменьшая их до нуля. Например, Google всем желающим предоставляет бесплатный доступ в поисковую систему. Создание разработчиками новых приложений и модернизация действующих при их широком вхождении на рынок ведут к повышению ценности экосистемы для ее пользователей. Рост числа новых пользователей ведет к масштабируемому росту ценности платформы для разработчиков, вызывая увеличение числа новых пользователей. Рост емкости рынка привлекает новых разработчиков продуктов на платформу. Бесплатность пользования поисковой системой оплачивается рекламодателями, для которых расширяются возможности размещения рекламы.

Согласно закону Меткалфа полезность сети пропорциональна половине квадрата числа ее пользователей ( $n^2/2$ ). Данный закон был впервые сформулирован Р. Меткалфом в отношении Ethernet. Он описывает содержание сетевого эффекта и применяется для анализа функционирования многоуровневого сетевого маркетинга и социальных сетей. Сетевой эффект заключается в росте полезности сети по мере увеличения количества ее пользователей. Платформенное взаимодействие приводит к спонтанному увеличению числа сетевых взаимосвязей между растущим числом пользователей и производителей. Расширяется наименование создаваемых продуктов для сети. Если ИТ выводится на рынок, то участники взаимодействия проявляют к ней растущий интерес, что означает увеличение лояльности потребителей к экосистеме платформы, в сети которой создаются новые продукты. При достижении критического числа пользователей и производителей продуктов растет ценность сети. Развитая экосистема, созданная агрегатором платформы, становится препятствием для входа на двусторонний рынок других конкурирующих платформ. При определенных условиях возникает феномен конкуренции платформ.

Введение компанией Android, принадлежащей Google, *инновационного принципа открытости по умолчанию* привело к тому, что на платформу было привлечено множество высокомотивированных разработчиков приложений с глобального рынка. Большинство производителей (фрилансеров) продуктов, выводя их на платформу, стремятся реализовать свой потенциал, что значительно ужесточает конкуренцию на двусторонних рынках. В информационной экономике активно используется политика *краудсорсинга (crowdsourcing)*. Исследователи С. Н. Конотапов и Н. В. Салиенко отмечают: «Разработчики приложений контактируют не между собой и не с держателем платформы, а со стандартом платформы (API, SDK). Для успешности их продукт должен соответствовать стандарту и предоставлять клиенту ценность, превосходящую ценность других аналогичных продуктов. Это закладывает основы здоровой конкуренции, привлечения амбициозных разработчиков, а вместе с этим – и развития экосистемы» [3, с. 26].

Агрегатор в транзакционной и инновационной платформах регулирует внешнюю среду взаимодействия создателей продуктов и их пользователей, которые генерируют ценность для всех участников экосистемы. При этом агрегатор, регулируя условия функционирования двусторонних рынков, присваивает доход на капитал, экономя издержки, которые исходя из условий функционирования платформы, несут на себе фрилансеры. Регулирование сетевых взаимодействий участников происходит при использовании агрегатором массива больших данных (Big Data). Образно говоря, агрегатор заводит волчок (юлу), добиваясь высокой скорости вращения ее вокруг своей оси. Тем самым достигается эффект масштабирования сетевого взаимодействия субъектов двусторонних рынков. Платформа способствует генерированию высокой интенсивности взаимосвязей между поставщиками продуктов и их потребителями. Агрегатор, регулируя сетевые отношения, объективно сокращает число посредников в них, превращаясь в большого информационного посредника нового типа, который особыми методами контролирует созданную им *иерархию экосистемы*.

Платформа не приемлет законы традиционного (гомогенного) одно-стороннего рынка, на одной стороне которого находятся покупатели хозяйственных благ, а на другой – их производитель, он же продавец, представляющий собой *вертикально интегрированную компанию*, производящую и продающую товары и услуги по оптовым и розничным товаропроводящим каналам. *Горизонтально интегрированная компания* действует в рамках той же парадигмы иерархии, собственности и контроля микро-экономики фирмы, что и вертикально интегрированная. С определенной долей шутки С. Н. Конотапов и Н. В. Салиенко назвали бизнес-модель вертикально и горизонтально интегрированных компаний *трубопроводной* [3, с. 24]. В этой модели бизнеса сформирована *линейная цепочка создания ценности товаров*, которая последовательно включает в себя все стадии процесса воспроизводства продукции: закупку элементов производства, непосредственное производство, продажу конечных хозяйственных благ и их

послепродажное обслуживание. Конвейерные промышленные фирмы наращивают объемы производства, стремясь достичь эффекта экономии на масштабе производства. Рост вертикально и горизонтально интегрированных компаний происходит за счет аккумуляции собственного капитала, инвестиций, большой величины балансовой стоимости активов и пассивов.

В отличие от «трубопроводной» компании платформенная модель бизнеса построена на диаметрально противоположных принципах. Агрегатор «сбрасывает» с себя большой объем активов, пассивов и издержек, которые берут на себя субъекты двусторонних рынков, взаимодействующие между собой в рамках платформы. Они образуют внешние ресурсы экосистемы, принадлежащие субъектам двусторонних рынков, дополняющие внутренние ресурсы агрегатора, которые, несмотря на разделение между ними, вместе составляют единую экосистему, генерирующую сетевой эффект масштабирования операций. Агрегатор платформы не обладает собственностью на капитальные активы фрилансеров. AirBnB не владеет отелями, Uber – автомобилями, Facebook – информационным контентом, Alibaba – товарами. Однако активы фрилансеров содействует повышению ценности экосистемы и совместному росту доходов для всех участников платформенного взаимодействия экосистемы. Агрегатор отказывается от традиционного типа производства, в рамках которого действует вертикально интегрированная корпорация. Он не обладает товаропроводящими оптовыми и розничными каналами продаж (запасы товаров на складах и др.), не использует механизмов управленческого контроля над воспроизводством и оптимизацией выпуска продукции, осуществляя регулирование платформенного взаимодействия во внешней среде и стремясь вызвать сетевой эффект функционирования субъектов двусторонних рынков. Агрегатор платформы проводит политику *краудсорсинга*, мотивируя активность людей, стремящихся показать себя, стать известными и знаменитыми, желающих реализовать свои амбиции в достижении значимых результатов в сетевом взаимодействии.

*Иерархия платформенной структуры экосистемы* тем действеннее, чем надежнее агрегатор прячет свой частный капиталистический интерес за тезисами футуристов о добровольности сотрудничества между людьми, бескорыстной деятельности на благо сообщества участников сетевого взаимодействия. На волне подобных идей возникла левая футуристическая теория *экономики сотрудничества*, повествующая о возникновении тенденции к превращению рынка, интегрирующего частные интересы, в некую форму благотворительного (нерыночного) сетевого взаимодействия людей, которые в будущем начнут бесплатно делиться между собой результатами своего труда.

Традиция обособленности субъектов в отношении хранения секретной информации начинает сменяться трендом на открытость информации и совместное доверительное владение ею всеми желающими на *платформах с открытым доступом*. Традиционная промышленная экономика базируется-

ся на частных интересах людей и иерархических структур, которые реализуются в закрытости и секретности информации. Намечается тренд к отказу от секретности в сторону открытости и прозрачности при передаче информации между людьми. Считается, что в информационной экономике создание *ценности* для сети не обесценивает частного вклада индивида, а повышает *котируемые* деятельности каждого человека, становящегося *равноправным участником сетевого взаимодействия*. В качестве примера приводится компания Microsoft, которая жестко контролировала использование продуктов своей интеллектуальной собственности. Однако, несмотря на действие императива на секретность, начали появляться открытые сети, одна из которых это сообщество Linux, в котором многие тысячи программистов поддерживают коммуникацию в сетях. Они создают и корректируют программы, которые используют многие миллионы пользователей. Глобальные компании Google, IBM, US Postal Service стали участниками открытой сети Linux, вошли в глобальное сообщество программистов и пользователей. Открытые платформы позволяют создавать своеобразный инкубатор идей, в которых рождаются продукты, находящие коммерческое применение.

Рынок – это не сеть, вход в которую можно сделать бесплатной для пользователей. Организация открытого доступа к информации в сети создает отнюдь не коммунистический мотив к взаимодействию людей, а в большинстве случаев он, наоборот, является скрыто капиталистическим. Он служит условием, ужесточающим конкуренцию на двусторонних рынках между создателями продуктов, которые преимущественно преследуют свои утилитарные частные интересы. Снижение цен на информацию до нуля является тактическим маркетинговым ходом, который используется как регулятивное правило агрегатором платформы в частных интересах. Максимальная открытость экосистемы при определенных условиях выгодна агрегатору. «Экономика сотрудничества» позволяет уменьшить издержки агрегатора, перегружая их на субъектов двусторонних рынков и ужесточая конкуренцию среди разработчиков программ.

«Экономика сотрудничества» как центрифуга заводится агрегатором платформы, которая привлекает разнообразных производителей продуктов, берущих на себя капитальные затраты, тем самым экономя издержки агрегатора и снижая размер его активов. Агрегатор оптимизирует свой баланс за счет роста балансовых показателей разработчиков продуктов. Рост числа разработчиков вызывает увеличение числа пользователей. Взаимодействие субъектов двухсторонних рынков, вызывая сетевой эффект высокой масштабируемости операций, повышает ценность платформы. Водители со своими автомобилями идут на работу в Uber как свободные контракторы и при отсутствии профсоюзов берут на себя затраты на медицинское, социальное и пенсионное страхование.

Порядок организации труда водителей привлекает пассажиров, которым нравится хорошая организация их обслуживания. Первых устраивает полная загруженность рабочего дня, отсутствие простоев и новые возможности

роста доходов, что связано с высокой интенсивностью труда. Приход водителей на работу в Uber вызывается ростом числа пассажиров, что ведет к значительному увеличению числа субъектов двусторонних рынков и лавинообразному увеличению количества сделок. Uber дотирует стоимость поездок пассажиров, снижая тарифы на перевозки. Это вызывает приток числа пассажиров, переставших покупать услуги такси у таксомоторных конкурентов Uber. Двухсторонние рынки взаимно усиливают рост друг друга. Их взаимодействие вызывает усиление сетевого эффекта, который «высекают» двусторонние рынки, напрямую без платформы друг с другом не связанные. Агрегатор, будучи держателем платформы, посредством микроэкономических правил, регулирует поведение субъектов двусторонних рынков, инициируя создание ими сетевого эффекта построенного на самоподдерживающейся деятельности множества свободных контракторов, создающих экономию капитальных затрат агрегатора.

Агрегаторы платформ обладают более высокой капитализацией, нежели вертикально интегрированные корпорации, несмотря на скромные активы, которые им принадлежат, так как они способны вызывать мощный сетевой эффект масштабирования операций субъектами двусторонних рынков. Основу платформенной модели бизнеса составляют группы людей по интересам, в которых бурлит желание проявить себя. Они обладают высокой внутренней мотивацией к производительной деятельности, проявляют большой энтузиазм, инициативу и творчество. Например, фрилансеры, создавая контент, входят на платформу со своими разработками продуктов (YouTube). Они стремятся увеличить спрос со стороны пользователей, завоевать успех и индивидуальное признание в платформенном сообществе. В глобальной сети возникает эффект привлечения множества людей к творчеству, к созданию высокотехнологичных продуктов (YouTube) и обмену ими в рамках коммуникационного сообщества. Некоторое время это делается бесплатно, чтобы показать себя и завоевать деловой статус среди профессионалов, а также получить симпатии любителей. В последующем по мере завоевания успеха и признания сообществом статуса эффективного фрилансера агрегатор включает денежные стимулы, поощряющие рост результатов его деятельности.

Важным фактором является самоидентификация члена сети, который своей активностью привязывает себя к ней и тем самым продвигает сеть. Персонафицированный энтузиаст, фанатично преданный сети, завоевывая признание в ней, двигает сеть вперед. Критическая масса известных энтузиастов, которых атеисты называли некорректным термином *евангелисты*, являясь фанатичным ядром сообщества, расширяют популярность сети.

Платформенная модель бизнеса инициирует широкие возможности для людей участвовать и побеждать на информационном рынке. Собственность фрилансеров на факторы производства обременена адекватным размером издержек и рисков. Формируется своеобразный рой «пчел» – самозанятых фрилансеров, сотрудничающих с платформой, агрегатор которой регулирует

правила входа в сеть и деятельность в ней фрилансеров, несущих на себе бремя *сетевых капитальных затрат*. Новая экономика платформ отличается от традиционных вертикально интегрированных корпораций, обслуживающих односторонние рынки. Рой «пчел» с высокой интенсивностью труда генерирует растущую ценность платформы, которая при масштабируемом эффекте приводит к высокой капитализации, несмотря на небольшие капитальные затраты агрегатора, имеющего немногочисленный персонал работников.

Экосистема платформы состоит из капитала и активов агрегатора, а также капиталов и активов множества малых субъектов, генерирующих добавленную ценность. Платформа имеет иной генетический код микроэкономики фирмы, который воплощается в созданной ею *цепочке ценности продукта* и радикально отличается от *линейной цепочки создания ценности продукта вертикально интегрированной корпорации*. Последняя является организацией конвейерного индустриального воспроизводства товаров и услуг, продаваемых покупателям на *одностороннем рынке*. Платформа создает новую форму организации бизнес-процессов, изменяя природу микроэкономики фирмы. Факторы производства рассредоточены посредством платформенной организации бизнеса между агрегатором и множеством субъектов двусторонних рынков, которые в совокупности представляют собой экосистему. При этом подавляющая часть факторов производства принадлежит субъектам двусторонних рынков, которые рассеяны по сети коммуникаций. Агрегатор инициирует создание специфической формы производства, вынося многие бизнес-процессы вовне, в сетевое взаимодействие субъектов платформы, которая объединяет множество разработчиков продуктов (ИКТ), продавцов услуг (водители) и их пользователей.

Совместное пользование платформенной сетью, в которой создаются и выставляются продукты для потребления пользователям, пытаются представить как «экономику совместного потребления». Предполагается, что современные молодые люди (поколение миллениума) из рациональных расчетов предпочитают не иметь частной собственности на вещи, а стремятся на временной основе использовать только их функции. Существуют группы людей, которые не желают обременять себя собственностью на капитальные блага и нести издержки по их содержанию. Относительно этой тенденции проводились эмпирические исследования, которые подтверждают ослабление интереса к собственности на капитальные блага. Это вызывает встречный интерес бизнеса к предоставлению в аренду жилья, прокату автомобилей, велосипедов. К тому же краткосрочные сделки дают более высокую норму доходности арендодателям, что приводит к расширению операций по лизингу, аутсорсингу, франчайзингу.

Прогресс ИКТ позволил сформировать глобальный рынок краткосрочной аренды товаров и услуг, который обслуживает платформенная модель бизнеса. Происходит дальнейшее изменение природы человека, привыкшего к сиюминутности и временности своего существования, что проявляется

в замене устойчивых отношений «снэк-культурой» (от англ. *snack* ‘перекуса’). Несмотря на происходящие изменения, нет оснований ставить под сомнение исходную интуицию автономного человека с внутренне присущей ему утилитарной тягой к частной собственности, на которой построена классическая экономическая теория. Деятели крупного бизнеса, которые имеют значительные объемы частной собственности на капитал и личное имущество, активно рекламируют идеи «экономики совместного потребления».

Агрегатор регулирует иерархию сетевого взаимодействия субъектов двусторонних рынков, создает условия для их интеграции в сеть, проводит фильтрацию доступа разработчиков продуктов к пользователям через платформу с целью создания сетевого эффекта взаимодействия, который вызывает *рост ценности платформы*. Агрегатор создает новый тип посредничества в платформенной экономике, в которой большая часть процесса производства передана на уровень горизонтального сетевого взаимодействия субъектов, подключающих свои капитальные активы к *системе сетевого производства*. Для оценки качества продукции (ИКТ) осуществляется свободный доступ разработчиков и пользователей к платформе, что включает механизм обратных связей. Множество производителей продукции, создающих и корректирующих содержание продукта, подключаются к оценке и изменению продукта, на основе правил и стандартов качества продукции. Примером может служить Википедия.

Сетевая структура двусторонних рынков чем-то напоминает «Матрицу». Классическая индустриальная компания, являясь вертикально интегрированной структурой, концентрирует все факторы производства внутри себя, ведет все производство и осуществляет прямое управление иерархической структурой корпорации, проводит прямой контроль качества продукции. Она имеет на своем балансе значительные активы, пассивы и капитал. Агрегатор платформы в отличие от вертикально интегрированной корпорации обладает незначительными активами, пассивами и капиталом. Массы разработчиков создают продукты на платформе, привлекая потребителей, внося свой вклад в позитивную тенденцию развития платформенного бизнеса. Платформа инициирует притяжение между субъектами двустороннего рынка, что вызывает генерацию сетевого эффекта. Пользователь, потребляя продукт производителя, притягивает к его потреблению других пользователей, что ведет к увеличению его ценности. Субъекты двусторонних рынков в случае возникновения негативной тенденции к распадению сетевого взаимодействия покидают платформу, которая теряет свою привлекательность для участников, что ведет к уменьшению ее ценности.

В «экономике сотрудничества» привлекаются все желающие внести свой вклад в функционирование платформенного бизнеса. Термин «экономика сотрудничества» не должен вводить в заблуждение. Попытка интерпретации этого явления в русле левой идеологии, стремящейся представить дело как процесс отрицания капиталистических начал и укрепления социалисти-

ческих основ экономики, ошибочна. Модель платформенного бизнеса использует «экономику сотрудничества» для конструирования системы более эффективного капиталистического способа соединения факторов производства, порождающего распределение добавленной ценности в новой иерархии рыночных отношений между агрегатором платформы и ее участниками.

Агрегатор создает более эффективную капиталистическую компанию в определенных отраслях экономики, нежели это может сделать вертикально интегрированная индустриальная корпорация. Сохраняется принцип распределения прибыли на капитал для крупного бизнеса при большой экономии на издержках, которыми обременена мелкая рыбешка сетевого рынка. Современные тенденции на рынке труда развитых стран оказывают влияние на структуру занятости в экономике, в которой происходит рост численности фрилансеров. Агрегатор платформы ликвидировал множество посредников, поэтому он стал глобальным посредником для фрилансеров, создав в структуре двусторонних рынков иерархию нового типа. В некоторых отраслях происходит системная ликвидация наемного труда и вертикально интегрированных корпораций, которые заменяются агрегаторами платформ и фрилансерами.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Rochet, J. C. Platform Competition in Two-Sided Markets / J. C. Rochet, J. Tirole // Journal of European Economic Association. – 2003. – Vol. 1. – № 4. – P. 990–1029.*
2. *Rochet, J. C. Two-sided markets: a progress report / J. C. Rochet, J. Tirole // The RAND Journal of Economics. – 2006. – Vol. 37. – № 3. – P. 645– 667.*
3. *Конотапов, С. Н. Анализ бизнес-моделей на основе платформ / С. Н. Конотапов, Н. В. Салиенко // Научный журнал НИУ ИТМО. Сер. Экономика и экологический менеджмент. – 2018. – № 1. – С. 21–32.*

*Поступила в редакцию 20.03.2020*