

Ивлев Денис Игоревич,

студент юридического факультета,

научный руководитель – Венгеровский Евгений Леонидович,

преподаватель,

Департамент правового регулирования экономической деятельности,

ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве РФ»,

г. Москва, Россия

ЦИФРОВАЯ МОДЕЛЬ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ALIBABA GROUP

Капитализация компаний, которые активно используют цифровые платформы, в 2018 году значительно увеличилась по сравнению с 2013 годом, тем самым вытеснив с первых мест такие производственные компании как General Electric, Shell и др. По состоянию на 2018 год, капитализация Alibaba group на рынке интернет-продавцов составила 500 миллиардов долларов [3], что объясняется экономической выгодой платформенного бизнеса, постепенно вытесняющего традиционную модель производства и потребления.

Цифровые платформы в значительной степени изменяют традиционные модели ведения бизнеса. В частности, при аналоговом канале распределения товару или услуге необходимо пройти путь от производителя к оптовому продавцу, розничному продавцу, и только затем он доходит до потребителя, что увеличивает стоимость продукта и делает более длительным сам процесс доставки. Цифровой же канал распределения сводит напрямую производителей и потребителей через прямые каналы сбыта, устраняя посреднические звенья.

«Два ключевых принципа платформенного бизнеса – сервисный формат продукта и гибкий формат оплаты – обеспечивают высокую скорость вывода новинок на рынки и обещают более позитивный и продуктивный опыт для потребителей» [1]. Ярким представителем современного платформенного бизнеса является китайская компания Alibaba group, анализ которой позволит выяснить позитивные и негативные аспекты данной платформы.

Руководство Коммунистической партии Китая одобрило развитие цифровой платформы Таобао (поисковая система Alibaba group), поскольку

успешная экономическая политика создала основы для появления китайского среднего класса. Alibaba group в процессе своей деятельности использовала три модели функционирования цифровых платформ, начиная с бесплатной модели, монетизация которой осуществляется за счет доставки рекламного контента. После начального формирования клиентской базы платформа была переведена на условно-бесплатную модель, при которой платформа предлагает бесплатные услуги в базовой версии, а пользователь платит за расширенный функционал (продвижение его товара в поиске запросов). И только через 10 лет убыточной работы после своего запуска, когда клиентская база уже была полностью сформирована и ежедневно стала расширяться, Таобао была переведена на комиссионную модель за пользование платформой, которая применяется и на сегодняшний день.

Важную роль в продвижении платформенного бизнеса Alibaba group сыграло блокирование Китайским правительством доступа на национальный рынок крупнейших игроков и потенциальных конкурентов (ebay, paypal), поскольку по законодательству Китая платёжные системы, которые используют компании, должны принадлежать только китайским организациям (Alibaba group использует Alipay). «Возможностями Alipay по оплате товаров и услуг регулярно пользуются более 80% владельцев мобильных устройств в Китае, ведь крупнейшие банки КНР уделяют мало внимания клиентскому сервису» [2]. К тому же власти Китая поддерживают экспансию на зарубежные рынки, на что и направлена стратегия развития Alibaba group.

При использовании цифровых платформ снижаются затраты на маркетинг и в то же время увеличиваются объёмы рынка, появляется возможность получения информации о предпочтениях потребителей. В частности, сотрудники Alibaba group используют технологии Big Data для анализа поведения потребителей, что выявлять фейковые аккаунты (click farm), направленные на повышение рейтинга ненадёжных продавцов.

Важно отметить, что платформенный бизнес делает расчёты прозрачными, поскольку более 90% транзакций посредством цифровых

платформ осуществляются безналичным способом, что облегчает деятельность налоговым органам, что особенно важно для бизнеса в Китае, в котором предусмотрена смертная казнь за коррупцию (ст. 385, 388 УК КНР) [4].

В то же время к слабым сторонам цифровых платформ относятся комиссионные издержки (при использовании возмездной модели платформы), потеря контроля над инфраструктурой рынка, а также необходимость переустройства корпоративных процессов, что объясняется новой системой функционирования торговли при осуществлении электронной коммерции.

Важно отметить, что государство должно создать «единые правила игры» и вести разумный цифровой протекционизм. Ведь, анализируя практику осуществления деятельности китайской цифровой платформы Alibaba Group, можно сделать вывод, что в Китае требования к цифровым платформам завышены, поскольку китайское законодательство требует, чтобы платёжная система принадлежала только национальной компании, что снижает возможность привлечения иностранных инвестиций. В Российской Федерации же таких ограничений нет, что повышает привлекательность данного сегмента рынка для инвесторов. Также государству необходимо обеспечить государственные гарантии и преференции для повышения доверия потребителей к цифровым платформам.

Следовательно, цифровые платформы активно появляются в традиционных сферах предпринимательской деятельности и приводят к подрывным инновациям, что изменяет состав отраслевых рынков и правила конкурентирования на них. Цифровая платформа Alibaba Group успешно осуществляет свою деятельность на международном рынке более 20 лет, поисковая платформа которой на протяжении 10 лет действовала без комиссии, что позволило создать устойчивые связи между потребителями и производителями и превзойти конкурентов, активно расширяясь и на сегодняшний день. Ведь функционирование цифровых платформ ускоряет и удешевляет процессы производства, обмена, устраняя из них посреднические звенья, что требует должного нормативно-правового регулирования.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Купревич Т.С. Цифровые платформы в мировой экономике: современные тенденции и направления развития // *Экономический вестник университета*. – 2017. – № 37. – С.311-318.
2. Леонов М.В. Регулирование банковской деятельности в Китае // *Проблемы мировой экономики*. – 2015. – № 3. – С. 503-511.
3. СМИ: капитализация Alibaba Group достигла \$500 млрд // *tass.ru*. – URL: <https://tass.ru/ekonomika/4904625> (дата обращения: 10.05.2019).
4. Уголовный кодекс Китайской Народной Республики // <http://law.edu.ru>. – URL: <http://law.edu.ru/norm/norm.asp?normid=1247252&subid=100110722,100110731,100110744,100110810> (дата обращения: 10.05.2019).