

СЕТЕВЫЕ ЭФФЕКТЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ЦИФРОВЫХ ПЛАТФОРМ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ¹

Симченко Н.А., д.э.н., профессор,
зав. каф. «Экономическая теория»
Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского
г. Симферополь

Цифровое развитие промышленности предусматривает значительные изменения в динамике экономических отношений, протекании процессов социально-экономических явлений, функционировании экономических систем и институтов. Проблематику оценки цифровых трансформаций в современных научных публикациях увязывают с различными типами эффектов – сетевыми, экономическими, рыночными, цифровыми. С точки зрения взаимодействия пользователей цифровых платформ в промышленности наибольший интерес представляют сетевые эффекты, природа которых в известной мере изучается ведущими научными школами экономической теории.

Понятие «сетевые эффекты» введено в научный оборот в 1908 году Теодором Вейлом (Theodore Vail), занимавшегося изучением оптимизации и распространения телефонных услуг [2, с. 15]. Считается, то сетевой эффект является значительным, когда достигается определенное число пользователей информационного продукта (услуги), так называемой «критической массы пользователей». Сетевые эффекты – особый род эффектов, при котором полезность товара или услуги для одного индивида/фирмы зависит от числа других людей/фирм, потребляющих данный товар [1].

Как справедливо отмечается группой российских ученых, «оценить сетевые эффекты достаточно трудно, в экономической науке практически отсутствуют такие работы. Возрастающая отдача в сети представляет собой рост потребительской ценности по мере роста числа узлов сети. При этом важен не столько объем покупок,

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 19-010-00346.

сколько само количество потребителей» [4, с. 48]. В этой связи приведем основной базис закона Р. Меткалфа, согласно которому «ценность любой сети для пользователя эквивалентна квадрату количества узлов соединения» [7]. Здесь же отметим и принципы закона Д. Рида, развивающего положения закона Р. Меткалфа: полезность больших сетей, особенно социальных сетей, может экспоненциально масштабироваться вместе с размером сети [8].

Рассматривая проблематику сетевых эффектов взаимодействия пользователей цифровых платформ в промышленности, отметим, что в некоторых современных работах рассматривается применение концепции сетевого эффекта в определении доминирующего положения владельцев цифровых платформ [3]. Более того, А.И. Коваленко обуславливает доминирование цифровых платформ на основе сетевого эффекта с точки зрения необходимости внесения поправок в антимонопольное законодательство, регулирующее отношения цифровых платформ [3].

В развитие идей экономико-правовой направленности исследований сетевых эффектов взаимодействия пользователей цифровых платформ следует выделить и работы А.В. Петрова [5], Г.Ф. Юсуповой, которые подчеркивают, что цифровые платформы на рынке с многосторонними сетевыми эффектами могут существенно ограничивать конкуренцию [6].

В заключение следует отметить, что рост числа пользователей сети приводит к повышению ценности самой сети. Данная тенденция позволяет утверждать о способности сетей генерировать новую ценность, что предопределяет важность исследования экономической сущности сетевых эффектов взаимодействия пользователей цифровых платформ.

Список литературы

1. Вэриан, Х.Р. Микроэкономика. Промежуточный уровень. Современный подход / пер. с англ. под ред. Н.Л. Фроловой. М.: ЮНИТИ, 1997.
2. Долгопятова, Т.Г., Сетевые эффекты при внедрении системы бережливого производства / Т.Г. Долгопятова, Е.В. Шиляева // Управленец. – 2017. – № 4 (68). – С. 14–23.
3. Коваленко, А.И. Сетевой эффект как признак доминирующего положения цифровых платформ. – М.: Синергия, 2020. – 20 с.

4. Орехова, С.В., Управление возрастающей отдачей высоко-технологичной бизнес-модели в промышленности: классические и экосистемные эффекты / С.В. Орехова, А.В. Мисюра, Е.В. Кислицын // Управленец. – 2020. – Т. 11. – № 4. – С. 43–58.
5. Петров, А.В. Сетевые эффекты и недобросовестная конкуренция на рынках цифровых платформ: дело Avito против Auto.ru // Предпринимательское право. – 2020. – № 4. – С. 43–50.
6. Юсупова, Г.Ф. ФАС против Google: экономический анализ для особых рынков // Экономическая политика. 2016. – № 6. – С. 96.
7. Metcalfe, R.M., Boggs, D.R. (1976). Ethernet: Distributed packet switching for local computer networks. Communications of the ACM, vol. 19, no. 7, pp. 395–404.
8. Reed, D.P. (1999). That sneaky exponential: Beyond Metcalfe's law to the power of community building. Context Magazine, p. 1–6.