

---

## **ЦИФРОВЫЕ ПЛАТФОРМЫ И РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА: ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПРИМЕРЫ**

---

**Михайленко Наталья Николаевна**, учредитель и коммерческий директор рекламно-производственной компании «ЭйБиСи Медиа» (ABC group)

ЭйБиСи Медиа, 4-ый проезд Подбельского, д. 3, стр. 9, Москва, 107150; e-mail: miklera12@gmail.com

*Предмет:* цифровые платформы имеют значительное влияние на бизнес по нескольким аспектам. Они предоставляют компаниям новые возможности для маркетинга и продвижения своих товаров и услуг, управления клиентским опытом, улучшения операционной эффективности, аналитики и принятия решений, а также развития новых бизнес-моделей. Внедрение платформ может столкнуться и с проблемами, которые связаны с человеческим фактором и безучастностью руководителей. *Цель:* исследовать, какое воздействие цифровые платформы оказывают на развитие бизнеса. Проанализировать ключевые аспекты, включая маркетинг и продвижение, управление клиентским опытом, операционную эффективность, аналитику и принятие решений, а также разработку новых бизнес-моделей. *Дизайн исследования:* в статье будет проанализировано, как цифровые платформы меняют традиционные модели бизнеса и как они влияют на привлечение клиентов, расширение рынков и повышение эффективности операций. Будут рассмотрены различные аспекты, связанные с использованием цифровых платформ, включая создание онлайн-присутствия, управление данными, персонализацию услуг, маркетинговые стратегии и взаимодействие с клиентами. *Результаты:* статья также предоставит практические примеры успешного использования цифровых платформ в различных отраслях и даст рекомендации по их эффективному применению для развития бизнеса.

**Ключевые слова:** цифровая платформа, Бизнес-развитие, Инновации, Бизнес-модели, Управление изменениями, Аналитика данных, Маркетинг и продвижение, Цифровая стратегия, Операционная эффективность.

**DOI:** 10.17308/meps/2078-9017/2023/8/33-48

## **Введение**

Цифровые платформы стали неотъемлемой частью современного бизнеса и оказывают значительное влияние на его развитие. В эпоху цифровой трансформации и быстрого развития информационных технологий компании все больше осознают важность использования цифровых платформ для обеспечения конкурентоспособности и устойчивого роста. Цифровые платформы предоставляют компаниям новые возможности для маркетинга и продвижения своих товаров и услуг, управления клиентским опытом, улучшения операционной эффективности, аналитики и принятия решений, а также развития новых бизнес-моделей.

Однако, несмотря на потенциальные выгоды, внедрение цифровых платформ может столкнуться с определенными проблемами. Мы обратим внимание на человеческий фактор, включая безучастность руководителей, и рассмотрим возможные преграды при внедрении цифровых платформ. Понимание этих проблем поможет нам разработать стратегии и рекомендации для успешной реализации цифровых платформ в бизнесе.

В результате исследования мы сможем получить глубокое понимание влияния цифровых платформ на развитие бизнеса и предложить практические рекомендации для компаний, желающих использовать цифровые платформы для достижения конкурентного преимущества и устойчивого роста. Для достижения этой цели были поставлены следующие задачи:

- Оценить эффективность использования платформы в организации и предложить рекомендации по ее улучшению.
- Исследовать влияние человеческого фактора на успешность внедрения и использования платформы.
- Проанализировать проблемы и риски, связанные с внедрением платформ, и предложить меры по их минимизации.
- Провести сравнительный анализ различных платформ и определить наиболее подходящую для конкретной организации.
- Предложить стратегии маркетинга и продвижения товаров и услуг с использованием платформы.
- Исследовать возможности использования платформы для улучшения операционной эффективности организации.
- Разработать методы аналитики и принятия решений на основе данных, полученных с помощью платформы.
- Оценить влияние безучастности руководителей на успешность внедрения и использования платформы и предложить меры по их активизации.
- Провести анализ преимуществ и недостатков платформ и предложить рекомендации по их выбору и использованию.
- Провести опросы и интервью с сотрудниками организации, использующими платформу, для оценки их мнения и опыта.

Цифровые платформы могут повлиять на структуру бизнеса, увеличи-

вая его гибкость и мобильность, также способствуют глобализации бизнеса, облегчая доступ к международным рынкам, могут повысить эффективность бизнес-процессов, сократив время и ресурсы, затрачиваемые на выполнение рутинных операций.

### **Методы и результаты исследования**

Компании, которые не используют цифровые платформы, могут столкнуться с рядом негативных последствий и ограничений. Упущение возможностей роста: Цифровые платформы предоставляют компаниям широкий спектр инструментов и ресурсов для масштабирования бизнеса и привлечения новых клиентов. Компании, которые не используют эти возможности, могут упустить шанс увеличить свою клиентскую базу и расширить свою рыночную долю. Отставание от конкурентов: в современном цифровом мире компании, активно использующие цифровые платформы, могут опережать конкурентов по инновациям, предлагаемым продуктам и услугам, а также по качеству клиентского опыта. Компании, которые не следуют этому тренду, рискуют остаться в отставке и потерять свою конкурентоспособность. Ограниченный доступ к данным и аналитике: Цифровые платформы предоставляют компаниям доступ к большому объему данных, которые могут быть использованы для анализа и принятия более обоснованных решений. Компании, которые не используют цифровые платформы, могут ограничивать свою способность получать ценные данные и использовать их для улучшения бизнес-процессов и принятия стратегических решений. Ослабленная операционная эффективность: Цифровые платформы предлагают инструменты для автоматизации и оптимизации бизнес-процессов, что может повысить операционную эффективность компании. Компании, не использующие цифровые платформы, могут столкнуться с более высокими затратами, медленными и неэффективными процессами и ограниченными возможностями в области автоматизации. Ограниченный доступ к новым бизнес-моделям: Цифровые платформы способствуют развитию новых бизнес-моделей, таких как экосистемы, платформенная экономика и сетевые эффекты. Компании, которые не используют цифровые платформы, могут упустить возможность создания новых и инновационных моделей бизнеса, которые могут привести к дополнительным источникам дохода и конкурентным преимуществам. Ограниченное взаимодействие с клиентами: Цифровые платформы предоставляют компаниям средства для более эффективного взаимодействия с клиентами через различные каналы, такие как социальные сети, мобильные приложения и онлайн-платформы. Компании, которые не используют цифровые платформы, могут иметь ограниченные возможности для установления и поддержания связи с клиентами, что может привести к потере лояльности и удовлетворенности клиентов. Уязвимость к изменениям рыночной среды: в условиях быстро меняющейся цифровой экономики компании, которые не используют цифровые платформы, могут стать уязвимыми перед конкурентами, которые активно применяют цифровые технологии. Такие

компании могут оказаться неспособными адаптироваться к новым требованиям рынка и потерять свою долю рынка.

В целом, компании, которые не используют цифровые платформы, рискуют остаться в отставке от конкурентов, ограничить свои возможности для роста и развития, а также упустить шанс улучшить операционную эффективность и клиентский опыт. В современном бизнесе цифровые платформы являются необходимым инструментом для успешного функционирования и преуспевания компаний в динамичной цифровой экономике.

Хотя цифровые платформы становятся все более распространенными и важными для современного бизнеса, все еще существуют некоторые бизнесы, которые могут успешно функционировать без их использования. Вот несколько примеров таких бизнесов:

**Ремонтные услуги:** Многие виды ремонтных услуг, такие как сантехнические, электрические или строительные работы, часто требуют физического присутствия специалистов и не зависят от цифровых платформ. Клиенты могут найти специалистов через рекомендации от знакомых, местные объявления или специализированные журналы.

**Розничная торговля:** Некоторые небольшие магазины или торговые точки могут продолжать успешно функционировать без использования цифровых платформ. Они могут привлекать клиентов через локальную рекламу, устные рекомендации или привычные способы продажи, такие как витрины и вывески.

**Услуги красоты и здоровья:** Некоторые услуги красоты и здоровья, такие как парикмахерские, салоны красоты, массажные салоны или фитнес-центры, могут продолжать успешно работать без активного использования цифровых платформ. Клиенты могут записываться на услуги по телефону или лично, а реклама может осуществляться через местные объявления или рекомендации.

**Рестораны и кафе:** Некоторые рестораны и кафе могут продолжать привлекать клиентов без использования цифровых платформ. Они могут полагаться на устные рекомендации, местную рекламу, привлекательный интерьер и высокое качество еды и обслуживания.

Важно отметить, что даже в этих бизнесах использование цифровых платформ может принести дополнительные преимущества, такие как повышение видимости, расширение клиентской базы и улучшение коммуникации. Однако они не являются необходимыми для базовой деятельности этих бизнесов.

Перейдем к анализу использования цифровых платформ лидерами рынков.

Использование цифровых платформ в других странах, примеры:

1. США: Amazon – крупнейшая в мире интернет-компания по обороту и один из первых интернет-сервисов с массовой и многофункциональной

торговлей. Amazon использует сложную систему рекомендаций, основанную на анализе поведения пользователя, что позволяет увеличивать продажи. Amazon является одним из наиболее успешных примеров цифровизации бизнеса. Они начали как интернет-магазин книг, а затем расширили свою платформу до мирового онлайн-ритейлера. Amazon использовал цифровые технологии для автоматизации процессов, оптимизации логистики и улучшения клиентского опыта. Они также разработали свою собственную цифровую платформу облачных вычислений – Amazon Web Services (AWS), которая стала одной из ведущих в отрасли.

2. Китай: Alibaba – крупнейшая в мире торговая платформа, объединяющая миллионы продавцов и покупателей со всего мира. Alibaba активно использует технологии big data для оптимизации работы платформы. Alibaba использовала цифровые технологии для создания эффективной и инновационной платформы.

3. Швеция: Spotify – цифровая платформа для потокового воспроизведения музыки, подкастов и видео. Spotify использует алгоритмы рекомендаций для создания персонализированных плейлистов для пользователей.

4. Индия: Paytm – платформа для мобильных платежей и электронной коммерции. Paytm активно использует технологии блокчейна для обеспечения безопасности транзакций.

5. Германия: Zalando – крупнейший в Европе онлайн-ритейлер обуви и одежды. Zalando использует AI для оптимизации процессов управления запасами и прогнозирования трендов моды.

6. Южная Корея: Naver – ведущий поисковый портал и платформа для электронной коммерции. Naver активно использует технологии AI и big data для улучшения пользовательского опыта и повышения эффективности рекламы.

7. Великобритания: ASOS – один из крупнейших в мире онлайн-ритейлеров модной одежды и аксессуаров. ASOS использует VR-технологии для создания виртуальных примерочных, что помогает покупателям лучше подобрать размер и стиль одежды.

В России: Яндекс – крупнейшая технологическая компания в России, предоставляющая услуги в сфере поиска и онлайн-рекламы, электронной коммерции, транспорта и других. Яндекс активно использует AI и машинное обучение для улучшения своих сервисов, и создания новых продуктов.

Таблица 1

Описание крупнейших цифровых платформ с лидерскими позициями в стране своего присутствия

Платформа	География присутствия	Сфера использования	Развитие сценариев
Amazon	США, Европа, Азия, Латинская Америка, Австралия, Канада, Ближний Восток и Африка	розничная торговля, логистика, потребительские технологии, облачные вычисления, медиа и развлечения	Расширение географического охвата
			Развитие облачных вычислений
			Укрепление позиции в электронной коммерции
			Развитие собственных медиа-сервисов
			Искусственный интеллект
Alibaba	Китай и активно расширяется на международные рынки	розничная торговля, электронная коммерция, облачные вычисления, финансовые услуги	Расширение географического охвата
			Инновации и исследования
			Развитие цифрового контента
			Развитие новых бизнес-вертикалей
			Укрепление партнерских отношений
			Улучшение пользовательского опыта
Spotify	Швеция, доступен более чем в 170 странах по всему миру	музыки, подкасты и видео – потребительские технологии	Расширение международного присутствия
			Инвестиции в подкасты и аудиоконтент
			Улучшение персонализации и рекомендаций
			Расширение партнерств и экосистемы
			Инновации в технологиях и функциональности
Paytm	Индийский рынок и не имеет широкого международного присутствия	платежные системы	Расширение международного присутствия
			Развитие финансовых услуг
			Инновации в технологиях и функциональности
Zalando	более чем в 17 европейских странах, включая Германию, Францию, Великобританию, Италию, Испанию и другие.	розничная торговля	Расширение географического охвата:
			Развитие технологий и цифровых инноваций
			Развитие экосистемы и партнерств
			Развитие собственных брендов

Платформа	География присутствия	Сфера использования	Развитие сценариев
Naver	Южная Корея, азиатский регион	поисковая система, онлайн-платформа, социальные сети, финансовые услуги:	Расширение международного присутствия
			Инновации в технологиях и искусственном интеллекте
			Развитие электронной коммерции
			Развитие контента и медиа
ASOS	более чем в 200 странах по всему миру, включая Европу, Северную Америку, Азию и другие	розничная торговля	Расширение международного присутствия
			Улучшение технологической инфраструктуры
			Инновации в области моды и стиля
			Устойчивость и ответственность
			Развитие мобильной стратегии
Яндекс	Россия	Поисковая система, Карты и навигация, Электронная почта и облачное хранилище, Музыка и видео, Транспортные сервисы	Развитие искусственного интеллекта
			Улучшение мобильных сервисов
			Расширение географического охвата
			Развитие технологических инноваций
			Улучшение рекламных и маркетинговых решений



Рис. 1. Amazon. Цели развития цифровых платформ

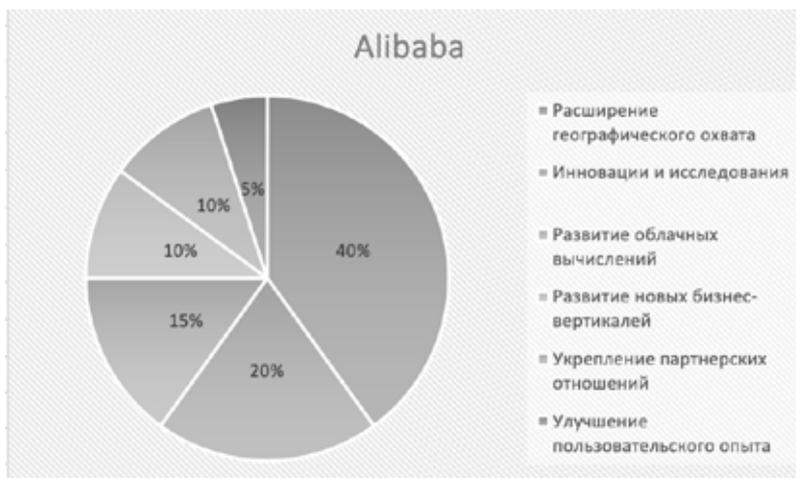


Рис. 2. Alibaba. Цели развития цифровых платформ



Рис. 3. Spotify. Цели развития цифровых платформ

На примере трех лидеров рынка мы выяснили, что все стремятся к расширению географического охвата, тем самым увеличить количество клиентов и продаж.

Цифровые платформы позволили гигантам рынка расширить свою аудиторию и достичь новых клиентов. Это происходит за счет увеличения доступности продуктов и услуг через онлайн-платформы, а также за счет использования данных и аналитики для более точного таргетинга и персонализации предложений. Также способность предлагать более удобные и инновационные способы взаимодействия с клиентами. Например, это может быть возможность онлайн-заказов, доставки товаров и услуг, облачных хранилищ для доступа к контенту или интеграция с социальными сетями для обратной связи и коммуникации.

В современном бизнесе используют множество различных платформ,

которые могут быть использованы в разных отраслях и для разных целей. Ниже приведены некоторые из наиболее распространенных направлений платформ:

1. Электронная коммерция: Платформы электронной коммерции предоставляют инструменты для создания и управления онлайн-магазинами, обработки платежей и управления запасами.

2. Социальные медиа: Платформы социальных медиа используются для продвижения бренда, установления контактов с клиентами, проведения рекламных кампаний и взаимодействия с аудиторией.

3. Облачные вычисления: Платформы облачных вычислений предоставляют инфраструктуру и сервисы для хранения данных, развертывания приложений и выполнения вычислений в облаке.

4. Коллаборативные платформы: Платформы для совместной работы и обмена информацией.

Платформы для управления бизнес-процессами (Business Process Management, BPM) представляют собой комплексное программное решение, которое позволяет автоматизировать и оптимизировать бизнес-процессы. Они могут включать в себя различные функциональные модули, такие как управление проектами, управление ресурсами, мониторинг процессов, аналитика и другие.

Примеры успешного использования таких платформ можно найти в различных отраслях. Например, в банковской сфере платформы BPM помогают автоматизировать процессы обработки заявок на кредиты, что ускоряет время принятия решений и улучшает качество обслуживания клиентов.

В розничной торговле платформы для управления бизнес-процессами могут использоваться для автоматизации процессов управления ассортиментом, ценообразования, логистики и т.д. Это позволяет компаниям быстрее реагировать на изменения на рынке и улучшать уровень удовлетворенности клиентов.

Однако, успешное внедрение платформы требует тщательной подготовки и анализа бизнес-процессов. Важно также учесть, что внедрение платформы может потребовать значительных инвестиций не только в саму платформу, но и в обучение персонала, поддержку и обновление системы.

В целом, при правильном подходе платформы для управления бизнес-процессами могут стать мощным инструментом для повышения эффективности бизнеса и удовлетворенности клиентов.

Комплекс цифровых платформ для ведения бизнеса может включать в себя несколько различных инструментов и систем, которые обеспечивают поддержку различных аспектов бизнеса. Вот некоторые ключевые компоненты такого комплекса:

1. CRM-платформа: Позволяет управлять клиентскими отношениями,

отслеживать взаимодействия с клиентами, управлять продажами и маркетингом, а также анализировать данные о клиентах.

2. ERP-система: Интегрированная система планирования ресурсов предприятия, которая объединяет различные функциональные области бизнеса, такие как управление запасами, финансы, производство, управление персоналом и другие.

3. E-commerce платформа: Инструменты для создания и управления онлайн-магазином, обработки платежей, управления запасами и доставки товаров.

4. Аналитическая платформа: Позволяет собирать, анализировать и визуализировать данные о бизнесе для принятия информированных решений. Это может включать инструменты для бизнес-анализа, прогнозирования, отчетности и мониторинга производительности.

5. Коллаборативная платформа: Инструменты для совместной работы и обмена информацией внутри компании и с внешними стейкхолдерами. Это может включать коммуникационные инструменты, проектные системы, системы управления задачами и документами.

6. Облачные вычисления: Использование облачных сервисов и платформ для хранения данных, развертывания приложений и выполнения вычислений в облаке.

7. Интеграционная платформа: обеспечивает интеграцию различных систем и приложений в комплексе цифровых платформ, чтобы обеспечить эффективный обмен данными и информацией между ними.

Комбинация этих платформ обеспечивает комплексное управление бизнесом, интегрированное взаимодействие между различными функциональными областями и повышает эффективности операций. Выбор конкретных платформ зависит от потребностей, отрасли и размера вашего бизнеса.

Цифровые платформы предоставляют множество инструментов для сбора и анализа данных, которые могут быть использованы для принятия решений в бизнесе. Вот некоторые методы аналитики и принятия решений на основе данных, полученных с помощью цифровых платформ:

Анализ веб-трафика: с помощью инструментов веб-аналитики можно получить информацию о том, как пользователи взаимодействуют с веб-сайтом. Можно узнать, сколько людей посещает сайт, откуда они приходят, какие страницы они просматривают и сколько времени они проводят на сайте. Эти данные могут помочь определить эффективность контента и пользовательского опыта.

Анализ социальных медиа: Социальные медиа-платформы предоставляют аналитические инструменты, которые позволяют отслеживать метрики, такие как количество подписчиков, вовлеченность аудитории, демографические данные и т.д. Можно использовать эти данные для измерения

эффективности публикуемых постов, определения предпочтений аудитории и адаптации контента под их потребности.

Анализ электронной почты: инструменты электронной почты предоставляют данные о проценте открытия, кликов, отписок и других метриках. Можно использовать эту информацию для оптимизации отправляемых писем, улучшения эффективности и повышения конверсий.

Анализ конверсий: с помощью цифровых платформ можно отслеживать конверсии – действия, которые пользователи выполняют на веб-сайте или в приложении, такие как покупки, заполнение форм, подписки на рассылку. При принятии решений на основе данных с помощью цифровых платформ важно учитывать не только сами данные, но и контекст и цели бизнеса. Анализ данных позволяет выявить тренды, понять потребности аудитории и принять обоснованные решения для оптимизации маркетинговой стратегии и улучшения результатов.

С использованием цифровых платформ есть несколько стратегий маркетинга и продвижения товаров и услуг, которые могут быть эффективными. Рассмотрим некоторые из них: Разработка привлекательного и информативного веб-сайта, который отражает компанию и предлагаемые товары. Создание аккаунтов компании на популярных социальных медиа-платформах, таких как Facebook, Instagram, Twitter и LinkedIn. Регулярные публикации качественного контента, включая информацию о продукции, специальные предложения, советы и рекомендации. Использование платформ контекстной рекламы, таких как Google Ads или Яндекс Директ, чтобы размещать рекламу продукции или услуг в результатах поиска. Создание полезного и информативного контента, такого как статьи, блоги, видео или инфографика, связанный с отраслью бизнеса или продукцией. Публикации его на веб-сайте, блоге или социальных медиа-платформах. Сбор адресов электронной почты своих клиентов и потенциальных клиентов и использование их для отправки персонализированных рассылок. Работа с популярными блогерами в отрасли своего бизнеса, чтобы они продвигали продукцию или услуги через свои социальные медиа-каналы или блоги.

Проведение онлайн-акций, розыгрышей или конкурсов, чтобы привлечь внимание и заинтересовать потенциальных клиентов.

Таким образом, в бизнесе можно использовать не только свои цифровые платформы, а уже имеющиеся платформы, созданные для широкого сегмента бизнеса.

Рассмотрим преимущества платформ для управления бизнес-процессами.

Благодаря автоматизации, компании могут значительно сократить время на выполнение рутинных задач, уменьшить количество ошибок и повысить эффективность работы.

Платформы BPM предоставляют возможность отслеживать выполнение процессов в реальном времени, а также анализировать их эффективность.

Благодаря быстрому и качественному выполнению процессов, уровень удовлетворенности клиентов может значительно повыситься.

Платформы BPM позволяют легко изменять и настраивать бизнес-процессы в соответствии с изменениями в бизнесе или на рынке.

Недостатки платформ для управления бизнес-процессами:

Высокая стоимость. Внедрение платформы BPM может потребовать значительных инвестиций, включая стоимость самой платформы, обучение персонала, поддержку и обновление системы.

Сложность внедрения. Успешное внедрение платформы требует тщательной подготовки и анализа бизнес-процессов, что может быть сложной и трудоемкой задачей.

Необходимость обучения персонала. Для эффективного использования платформы BPM сотрудникам компании может потребоваться специальное обучение.

Риск сопротивления изменениям. Как и любое нововведение, платформа BPM может столкнуться с сопротивлением со стороны сотрудников, которые привыкли к старым методам работы.

### **Заключение**

Анализ результатов исследования показал следующие основные выводы:

1. Внедрение платформ в различные организации имеет существенное влияние на их деятельность. Организации, которые успешно внедряют платформы, получают преимущества в виде улучшения доступности данных, оптимизации бизнес-процессов, улучшения коммуникации и расширения рынков.

2. Последствия внедрения платформ могут быть положительными, если организация грамотно адаптирует свою бизнес-модель под новые возможности. Однако неправильное внедрение или неподготовленность сотрудников к изменениям может привести к негативным последствиям, таким как потеря клиентов или неэффективное использование платформы.

3. Разработанная общая бизнес-модель для организации, использующей платформу, представляет собой основу для успешного внедрения и использования платформенного подхода. Эта модель учитывает основные аспекты, такие как информационные технологии, человеческий капитал и гибкость бизнес-модели. Она подразумевает активное использование платформы для сбора и анализа данных, автоматизации процессов и улучшения коммуникации как внутри организации, так и с клиентами.

4. Владельцы организаций, не перешедших на платформы, сталкиваются с риском постепенной потери клиентов и устаревания своего бизнеса. Современные технологии развиваются быстро, и важно для руководителей предприятий следить за тенденциями и адаптироваться к новым технологиям для улучшения своего дела и обеспечения конкурентоспособности.

На основе анализа использования цифровых платформ можно сказать, что они играют ключевую роль в современном бизнесе и имеют значительное влияние на его развитие. Компании, которые активно используют цифровые платформы, получают ряд преимуществ, включая: расширение рыночной доли и привлечение новых клиентов; улучшение клиентского опыта, что способствует повышению удовлетворенности клиентов и укреплению их лояльности; оптимизация бизнес-процессов и повышение операционной эффективности, что позволяет компаниям снизить затраты, повысить эффективность и ускорить доставку продуктов и услуг; аналитика и принятие обоснованных решений, что помогает компаниям принимать обоснованные решения и адаптироваться к изменениям в окружающей среде; развитие новых бизнес-моделей, что может привести к дополнительным источникам дохода и укреплению конкурентного преимущества; гибкость и адаптивность, что помогает компаниям быть более конкурентоспособными и приспосабливаться к быстро меняющимся требованиям клиентов; расширение географического охвата, это открывает новые возможности для роста и расширения бизнеса; сотрудничество и партнерство, это помогает компаниям расширять свои возможности и достигать синергии с другими организациями.

Владелец компании или руководитель организации должен быть готов к инвестициям в технологическую инфраструктуру, разработку программного обеспечения, обучение персонала, маркетинг и продвижение, а также обеспечение безопасности данных. Эти затраты могут быть значительными и зависят от размера и типа компании, выбранной платформы и ее требований.

В целом, анализ результатов исследования подтверждает, что внедрение платформ имеет значительное влияние на бизнес-модель организации. Организации, которые успешно адаптируются к платформенному подходу, получают однозначные преимущества в виде улучшения эффективности, расширения рынков и повышения конкурентоспособности. Однако необходимо учитывать особенности внедрения и грамотно адаптировать бизнес-модель под новые возможности.

Анализ результатов исследования также позволяет выявить ключевые факторы успеха при внедрении платформ. Одним из таких факторов является поддержка руководства организации. Если топ-менеджмент проявляет заинтересованность и активную поддержку внедрения платформы, это способствует успешной реализации проекта. Также важным фактором является грамотная команда профессионалов, которые имеют опыт работы с платформами и могут обеспечить эффективное использование всех ее возможностей.

Анализ результатов исследования позволяет выделить потенциальные препятствия и вызовы, с которыми организации могут столкнуться при внедрении платформ. Один из таких вызовов – это необходимость изменения культуры и процессов внутри организации. Внедрение платформы часто

требует изменения существующих рабочих процессов и привычек сотрудников, что может вызвать сопротивление или неудовлетворение. Также важно учитывать фактор безопасности данных, особенно при работе с конфиденциальной информацией клиентов.

Выводы исследования позволяют сделать рекомендации по дальнейшему развитию и использованию платформ. Одна из таких рекомендаций – это постоянное обновление и развитие платформы, чтобы она соответствовала изменяющимся потребностям организации и рынка. Также важно обеспечить обучение сотрудников и поддержку внутри организации для эффективного использования платформ.

В целом, анализ результатов исследования позволяет лучше понять влияние внедрения платформ на организации и выявить факторы успеха и вызовы, связанные с этим процессом. Это позволяет разработать стратегии и рекомендации для успешного использования платформ и достижения конкурентных преимуществ.

### Список источников

1. Аверина Т.А., Авдеева Е.А., Жерноклеев А.С. Методологические аспекты управления цифровыми платформами // *Вестник ЮУрГУ. Серия «Компьютерные технологии, управление, радиоэлектроника»*, 2023, Т. 23, no. 1, с. 5-18.
2. Гелисханов И.З., Юдина Т.Н., Бабкин А.В. Цифровые платформы в экономике: сущность, модели, тенденции развития // *Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки*, 2018, Т. 11, no. 6, с. 22-36.
3. Джеффри Мур. *Зона победы. Управление в эпоху цифровой трансформации*. Издательство «Манн, Иванов и Фербер», 2020. 272 с.
4. Джеффри Паркер, Маршалл ван Альстин, Санджит Чаудари. *Революция платформ. Как сетевые рынки меняют экономику – и как заставить их работать на вас*. Издательство «Манн, Иванов и Фербер», 2017. 304 с.
5. Дэниел Сасскинд. *Будущее без работы. Технологии, автоматизация и стоит ли их бояться*. Издательство «Individuum», 2020. 352 с.
6. Зараменских Е.П., Славин Б.Б. *Цифровые платформы. Методологии. Применение в бизнесе*. Издательство «Прометей» Электронная книга, 2020. 230 с.
7. Карим Лахани, Марко Янсита. *Оцифруйся или умри*. Издательство «Эксмо», 2021. 385 с.
8. Моazed Алекс, Джонсон Николас. *Платформа: Практическое применение революционной бизнес-модели*. Издательство «Альпина Паблицер», 2020. 288 с.
9. Ник Срничек. *Капитализм платформ*. Издательство «Издательский дом Высшей школы экономики», 2019. 128 с.
10. Обыденов А.Ю., Козлов А.В. Анализ ключевых компонентов цифровых платформ. Экосистемно-стейкхолдерский подход // *Креативная экономика*, 2020, т. 14, no. 12, с. 3229–3246.
11. Остервальдер А., Пинье И. (2011). *Построение бизнес-моделей: Настольная книга стратега и новатора* / пер. с англ., 2-е изд. Москва, Альпина Паблицер. 288 с.
12. Williamson Ben. 2020. Making markets through digital platforms: Pearson, education, and the (e)valuation of higher education // *Critical Studies in Education*, no. 62(1), pp. 1-17.

---

# DIGITAL PLATFORMS AND BUSINESS DEVELOPMENT: IMPACT RESEARCH AND PRACTICAL EXAMPLES

---

**Mikhailenko Natalia Nikolaevna**, founder and commercial director of the advertising and production company ABC Media (ABC Group)

ABC Media, 4-yy proyezd Podbelskogo, d. 3, str. 9, Moskva, 107150; e-mail: miklera12@gmail.com

*Importance:* digital platforms have a significant impact on business in several aspects. They provide companies with new opportunities for marketing and promoting their products and services, managing customer experience, improving operational efficiency, analytics and decision-making, as well as developing new business models. The introduction of platforms may also face problems related to the human factor and the indifference of managers. *Purpose:* to investigate the impact of digital platforms on business development. Analyze key aspects, including marketing and promotion, customer experience management, operational efficiency, analytics and decision-making, as well as the development of new business models. *Research design:* the article will analyze how digital platforms are changing traditional business models and how they affect customer acquisition, market expansion and operational efficiency. Various aspects related to the use of digital platforms will be considered, including the creation of an online presence, data management, personalization of services, marketing strategies and customer interaction. *Results:* the article will also provide practical examples of successful use of digital platforms in various industries and give recommendations on their effective use for business development.

**Keywords:** Digital Platform, Business Development, Innovation, Business Models, Change Management, Data Analytics, Marketing and Promotion, Digital Strategy, Operational Efficiency.

## References

1. Averina T.A., Avdeyeva E.A., Zher-nokleyev A.S. Metodologicheskiye aspekty upravleniya tsifrovymi platformami. *Vestnik YuUrGU. Seriya «Kompyuternyye tekhnologii. upravleniye. radioelektronika»*, 2023, T. 23, no. 1, pp. 5-18. (In Russ.)
2. Geliskhanov I.Z., Yudina T.N., Babkin A.V. Tsifrovyye platformy v ekonomike: sushchnost. modeli. tendentsii razvitiya. *Nauchno-tekhnicheskiye vedomosti SPb-GPU. Ekonomicheskkiye nauki*, 2018, T. 11, no. 6, pp. 22-36. (In Russ.)
3. Dzheffri Mur. *Zona pobedy. Upravleniye v epokhu tsifrovoy transformatsii*. Izdatelstvo «Mann. Ivanov i Ferber», 2020. 272 p. (In Russ.)
4. Dzheffri Parker. Marshall van Alstin. Sandzhit Chaudari. *Revolyutsiya platform. Kak seteveyye rynki menyayut ekonomiku – i kak zastavit ikh rabotat na vas*. Izdatelstvo «Mann. Ivanov i Ferber», 2017. 304 p. (In Russ.)
5. Deniyel Sasskind. *Budushcheye bez raboty. Tekhnologii. avtomatizatsiya i stoit*

- li ikh boyatsya*. Izdatelstvo «Individuum», 2020. 352 p. (In Russ.)
6. Zaramenskikh E.P., Slavin B.B. *Tsifrovyye platformy. Metodologii. Primeneniye v biznese*. Izdatelstvo «Prometey» Elektronnaya kniga, 2020. 230 p. (In Russ.)
7. Karim Lakhani. Marko Yansiti. *Otsifruysya ili umri*. Izdatelstvo «Eksmo», 2021. 385 p. (In Russ.)
8. Moazed Aleks, Dzhonson Nikolas. *Platforma: Prakticheskoye primeneniye revolyutsionnoy biznes-modeli*. Izdatelstvo «Alpina Pablisher», 2020. 288 p. (In Russ.)
9. Nik Srnichek. *Kapitalizm platform*. Izdatelstvo «Izdatelskiy dom Vysshey shkoly ekonomiki», 2019. 128 p. (In Russ.)
10. Obydenov A. Yu., Kozlov A.V. Analiz klyuchevykh komponentov tsifrovyykh platform. Ekosistemno-steykholderskiy podkhod. *Kreativnaya ekonomika*, 2020, t. 14, no. 12, pp. 3229-3246. (In Russ.)
11. Ostervalder A., Pinye I. *Postroyeniye biznes-modeley: nastolnaya kniga stratega i novatora* / per. s angl. 2-e izd. Moscow, Alpina Pablisher, 2011. 288 p. (In Russ.)
12. Williamson Ben. Making markets through digital platforms: pearson, edubusiness, and the (e)valuation of higher education. *Critical Studies in Education*, 2020, no. 62(1), pp. 1-17. (In Eng.)