

# Κεφάλαιο 11

## Ψηφιακές πλατφόρμες, οικονομία διαμοιρασμού και στρατηγικές πλήθους

### ΜΑΘΗΣΙΑΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ

Διαβάζοντας αυτό το κεφάλαιο, θα είστε σε θέση να:

1. Περιγράψετε τα βασικά στοιχεία ενός περιβάλλοντος πλατφόρμας.
2. Εξηγήσετε τις αλληλεπιδράσεις σε ένα περιβάλλον πλατφόρμας.
3. Περιγράψετε το μοντέλο πλατφόρμας διαμοιρασμού SSU.
4. Περιγράψετε τις εφαρμογές της οικονομίας διαμοιρασμού.
5. Εξηγήσετε διαφορετικές πλατφόρμες πλήθους και τα οφέλη των πελατών τους.

Το επιχειρηματικό μοντέλο της πλατφόρμας έχει αποκτήσει ξεχωριστή σημασία στο πλαίσιο του ψηφιακού επιχειρείν. Μια ψηφιακή πλατφόρμα παρέχει την υποδομή, το πλαίσιο και τους κανόνες για μια ηλεκτρονική αγορά όπου οι παραγωγοί και οι καταναλωτές έχουν την ευκαιρία να αλληλεπιδρούν και να ανταλλάσσουν αγαθά και υπηρεσίες (Van Alstyne et al., 2016). Η ενότητα που ακολουθεί περιγράφει τα βασικά στοιχεία της οικονομίας της πλατφόρμας. Η Ενότητα 11.2 εξετάζει την οικονομία διαμοιρασμού, εξηγώντας τις στρατηγικές και τις εφαρμογές της. Τέλος, η Ενότητα 11.3 αναφέρεται στις στρατηγικές πλήθους, εστιάζοντας στην πληθοχρηματοδότηση (crowdfunding), στις επενδύσεις πλήθους (crowd investing) και στις κοινωνικές συναλλαγές για λόγους επενδυτικής έμπνευσης (social trading).<sup>1</sup>

### 11.1 Βασικά στοιχεία της οικονομίας της πλατφόρμας

Η ψηφιοποίηση και η ευρεία χρήση των κινητών συσκευών έχει μετασχηματίσει την παροχή υπηρεσιών προς τους χρήστες. Παράλληλα, οι διαδικτυακές αγορές και, συγκεκριμένα, μοντέλα πλατφόρμας όπως το Airbnb ή το eBay έχουν αποκτήσει μεγάλη σημασία.

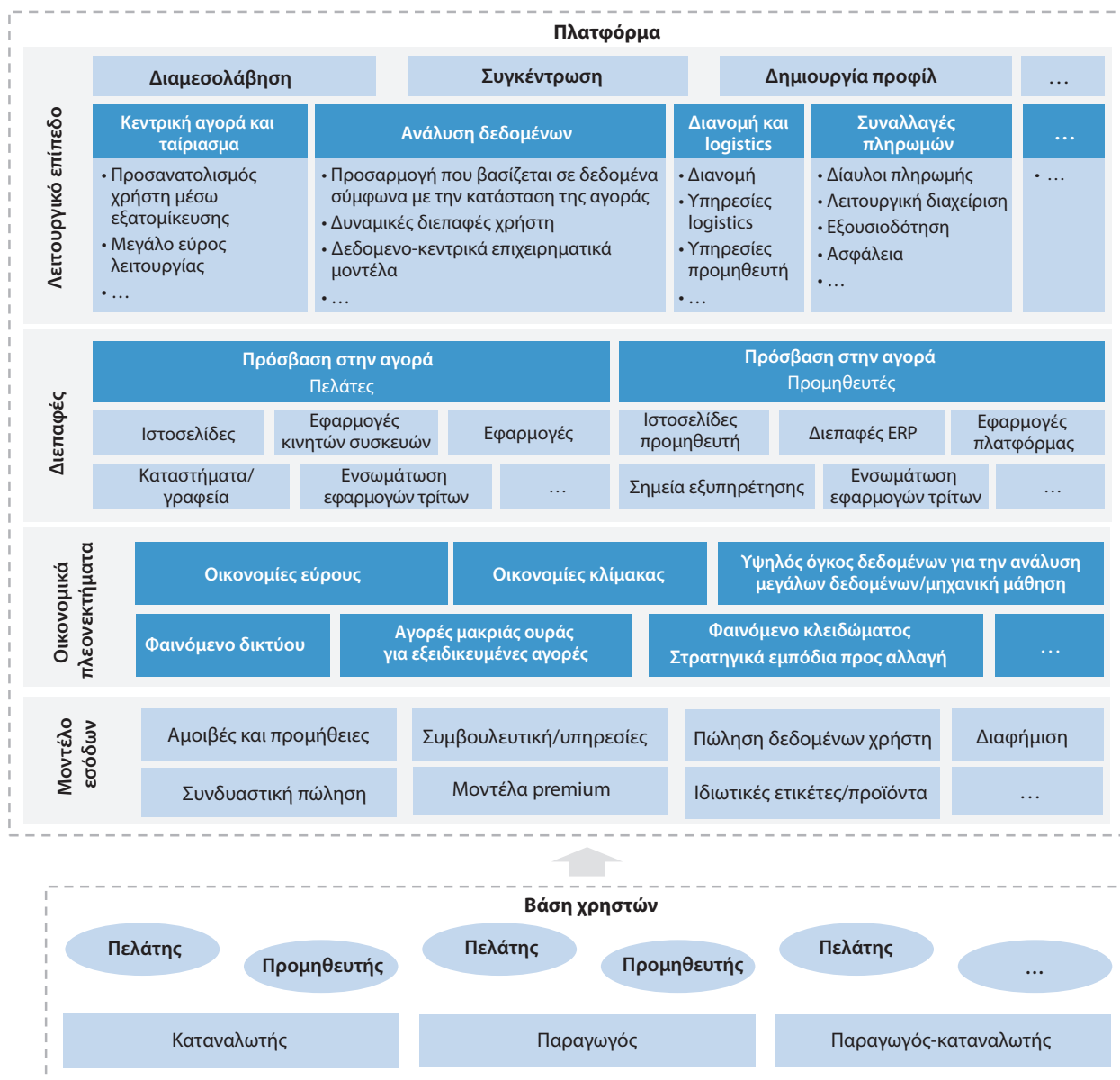
© Ο/Οι Συγγραφείς/είς, με αποκλειστική άδεια της Springer Nature Switzerland AG 2024  
B. W. Wirtz, *Digital Business and Electronic Commerce*, Springer Texts in Business and Economics, [https://doi.org/10.1007/978-3-031-50289-7\\_11](https://doi.org/10.1007/978-3-031-50289-7_11)

1 Για το κεφάλαιο που ακολουθεί, βλ. επίσης Wirtz (2020, 2021, 2024).

## Στοιχεία και πλεονεκτήματα πλατφόρμας

Το Σχήμα 11.1 αναπαριστά μια πλατφόρμα που αποτελείται από τέσσερα στοιχεία. Καθένα από τα στοιχεία υποδιαιρείται και ενισχύεται με παραδείγματα (περιεχόμενο που βασίζεται στους Parker et al., 2016). Το λειτουργικό επίπεδο περιλαμβάνει τα βασικά οφέλη μιας πλατφόρμας, όπου μπορεί να γίνει διάκριση μεταξύ διαφορετικών λειτουργιών, όπως η λειτουργία ως διαμεσολαβητής/ενδιάμεσος, ως μέσο συγκέντρωσης ή ως προφίλ. Ενώ το πρώτο αντιπροσωπεύει την κλασική περίπτωση της λειτουργίας της πλατφόρμας με σκοπό την προσέλκυση δύο μερών, η συγκέντρωση περιγράφει τη συσσώρευση συγκεκριμένων πόρων, όπου η πλατφόρμα χρησιμεύει ως συλλέκτης. Αντίθετα, η λειτουργία ως προφίλ επιδιώκει τον στόχο της συλλογής και της αξιολόγησης συγκεκριμένων πληροφοριών σε σχέση με ένα συγκεκριμένο αντικείμενο ή ένα άτομο. Αυτό αναφέρεται, για παράδειγμα, στην ανάλυση των συμπεριφορικών προτύπων ή ορισμένων επαναλαμβανόμενων χαρακτηριστικών.

Αυτές οι λειτουργίες μπορούν να πραγματοποιηθούν μέσω μιας κεντρικής αγοράς (π.χ. ηλεκτρονικές



**Σχήμα 11.1** Βασικά στοιχεία ενός περιβάλλοντος πλατφόρμας.

Πηγή: Wirtz (2020, 2021, 2024)

συναλλαγές) ή μέσω του ταιριάσματος (matchmaking) (π.χ. πλατφόρμες εύρεσης και αντιστοίχισης κοινών χαρακτηριστικών). Εκτός από την ευρεία εμβέλεια, το ταιρίασμα βελτιώνει ιδιαίτερα τον προσανατολισμό των χρηστών προσφέροντας εξατομικευμένες πληροφορίες. Ένα άλλο παράδειγμα είναι η ανάλυση δεδομένων, όπου τα δεδομένα που συλλέγονται χρησιμοποιούνται για προσαρμογές, για παράδειγμα για δυναμικές διεπαφές χρήστη. Οι δυναμικές διεπαφές χρήστη δημιουργούνται ανεξάρτητα από την προέλευσή τους και συνιστούν ένα περιβάλλον πολλαπλών εργασιών.

Επιπλέον, στο πλαίσιο της ανάλυσης δεδομένων εμφανίζονται επίσης τα δεδομένο-κεντρικά επιχειρηματικά μοντέλα. Για τη μοντελοποίηση ή την προσαρμογή των επιχειρηματικών μοντέλων χρησιμοποιούνται ο πελάτης, η μέτρηση ή τα δεδομένα που έχουν συλλεχθεί (Trabucchi & Buganza, 2019· Wirtz et al., 2022a, b, 2023).

Εκτός από αυτές τις λειτουργίες, οι πλατφόρμες προσφέρουν και άλλα πλεονεκτήματα. Ειδικά όσον αφορά τη διανομή και τις εφοδιαστικές υπηρεσίες (logistics), οι ψηφιακές πλατφόρμες παρέχουν πλέον υπηρεσίες στους χρήστες τους. Επομένως, πολλοί διαχειριστές των πλατφορμών προσφέρουν όλο και περισσότερες υπηρεσίες που παλαιότερα εκτελούνταν από χρήστες, εταιρείες ή από τους ίδιους τους πωλητές. Μια σημαντική πτυχή είναι να διασφαλιστεί ότι οι πληρωμές θα υποβληθούν σωστά προς επεξεργασία και ότι θα εξακριβωθούν τα σωστά προσωπικά στοιχεία στις πλατφόρμες. Κατά συνέπεια, οι πλατφόρμες εκτελούν επίσης αυτές τις λειτουργίες, συμβάλλοντας έτσι στην επίτευξη ενός ορισμένου επιπέδου εγγύησης σχετικά με τις ασφαλείς συναλλαγές πληρωμών και τα προσωπικά δεδομένα.

Το δεύτερο στοιχείο πλατφόρμας στο Σχήμα 11.1 αφορά την πτυχή των διεπαφών. Εδώ, γίνεται μια διάκριση μεταξύ της πρόσβασης στην αγορά από την πλευρά της ζήτησης και της πλευράς της προσφοράς. Η πρόσβαση στην αγορά από την πλευρά της ζήτησης μπορεί να επιτευχθεί με διαφορετικούς τρόπους και δεν βασίζεται σε καμία συγκεκριμένη διεργασία ή διαδικασία πρόσβασης. Συνεπώς, οι πελάτες μπορούν να έχουν πρόσβαση σε μια πλατφόρμα μέσω ενός ιστότοπου, διαφόρων εφαρμογών ή μέσω εφαρμογών για κινητές συσκευές. Η πρόσβαση στην αγορά από την πλευρά της προσφοράς μπορεί να πραγματοποιηθεί μέσω ιστοσελίδων, διεπαφών ERP ή ποικίλων σημείων εξυπηρέτησης.

### Πλεονεκτήματα πλατφόρμας

Η χρήση των πλατφορμών καθιστά δυνατή την επίτευξη διαφόρων συνεργειών και την ικανοποίηση πολλών πλεονεκτημάτων. Από τη μία, οι πλατφόρμες με τη συνεχή συλλογή δεδομένων τους προσφέρουν πολύ μεγάλο όγκο αξιολογήσιμων συνόλων δεδομένων, τα οποία επιτρέπουν αναλύσεις δεδομένων και μπορούν έτσι να χρησιμοποιηθούν για τη μηχανική μάθηση.

Από την άλλη, ιδιαίτερα τα εξειδικευμένα προϊόντα μπορούν να πωληθούν πιο εύκολα μέσω μιας πλατφόρμας. Το γεγονός αυτό οφείλεται στο συγκριτικά χαμηλό κόστος, συνδυαστικά με έναν αυξανόμενο αριθμό υποψήφιων πελατών. Κατά συνέπεια, το οικονομικό πλεονέκτημα των πλατφορμών επιτυγχάνεται κυρίως στις αγορές μακριάς ουράς (long-tail), οι οποίες διαφορετικά θα αντιμετώπιζαν δυσκολίες ως προς την εύρεση αρκετών πελατών για τα εξειδικευμένα προϊόντα τους.

Άλλα οικονομικά πλεονεκτήματα που προσφέρονται από τις πλατφόρμες περιλαμβάνουν τις οικονομίες εύρους (οικονομίες φάσματος ή οικονομίες εμβέλειας), τις οικονομίες κλίμακας και το φαινόμενο του κλειδώματος. Παρόλο που οι πλατφόρμες χρησιμοποιούνται εδώ και αρκετό καιρό (π.χ. εμπορικά κέντρα, χώροι χονδρικής αγοράς κ.λπ.), το σχετικό δικτυακό φαινόμενο (φαινόμενο δικτύου) και οι οικονομίες κλίμακας μπορούν να αξιοποιηθούν μέσω του διαδικτύου. Οι σύγχρονες τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών διευκόλυναν την ανάπτυξη και τη χρήση των διαδικτυακών πλατφορμών. Παράλληλα, οι τεχνολογίες υπολογιστικού νέφους έχουν μειώσει σημαντικά τα σχετικά κόστη, κυρίως λόγω της επεκτασιμότητάς τους. Αυτές οι οικονομίες κλίμακας μπορεί να έχουν ποικίλους αιτιακούς παράγοντες, που κυμαίνονται από την αύξηση της αυτοματοποίησης έως το φαινόμενο της καμπύλης μάθησης. Σε αυτό το πλαίσιο, το οικονομικό πλεονέκτημα επιτυγχάνεται λόγω της μείωσης του κόστους των μονάδων.

Επιπλέον, η διαδικτυακή δικτύωση εκατομμυρίων ατόμων επιτρέπει στους χειριστές πλατφόρμας όπως η Amazon να συμμετέχουν σε μεγάλο αριθμό συναλλαγών χωρίς να αγοράζουν ή να αποθηκεύουν τα ίδια τα αγαθά.

Σε αντίθεση με τις παραδοσιακές εταιρείες, όπου ένας αυξανόμενος αριθμός πελατών συνήθως οδηγεί σε υψηλότερο κόστος και των οποίων οι συναλλαγές χαρακτηρίζονται από συγκριτικά υψηλό μεταβλητό κόστος, οι πλατφόρμες αποτελούν ένα επιχειρηματικό μοντέλο με πολύ χαμηλό μεταβλητό κόστος. Καθώς ο αριθμός των