



Въведение в онлайн бизнес модели, дефиниции на платформи и многостранни пазари

Кирил Пангелов, експерт по конкурентно право

Единен цифров пазар и електронна търговия в Европейския съюз



- Стратегия за единен цифров пазар за Европа
- Секторен анализ на ЕК в областта на електронната търговия
- Развитие на електронната търговия в ЕС
 - Бързо развитие на електронната търговия на ЕС през последното десетилетие – засяга както потребителите, така и предприятията
 - Ползи от Секторния анализ на ЕК в областта на електронната търговия:
 - Дава представа за преобладаващите пазарни тенденции в развитието на електронната търговия
 - Дава информация за пречките пред конкуренцията, свързани с разрастването на електронната търговия
 - Разкрива причините за преобладаването на някои стопански практики и тяхната логика
 - Подпомага ЕК и националните органи по конкуренция да определят приоритетите за прилагането на правилата за конкуренция на ЕС по отношение на електронните пазари



Единен цифров пазар и електронна търговия в Европейския съюз



■ Основни констатации относно електронната търговия в ЕС

- Продуктов обхват на секторния анализ на ЕК
 - потребителски стоки
 - цифрово съдържание
- Основно значение на електронната търговия през последното десетилетие – значително въздействие върху:
 - дистрибуторските стратегии на предприятията
 - поведението на потребителите



Единен цифров пазар и електронна търговия в Европейския съюз



- Основни пазарни тенденции на електронните пазари на потребителски стоки (1)
 - Увеличаване на ценовата прозрачност на съответния пазар
 - Засилване на ценовата конкуренция между участниците на съответния пазар
 - Създаване на възможности за автоматизирана ценова координация между участниците на съответния пазар



Единен цифров пазар и електронна търговия в Европейския съюз



- Основни пазарни тенденции на електронните пазари на потребителски стоки (2)
 - Увеличаване на вертикалните ограничения при функционирането на дистрибуционните канали
 - Конкуренция между производители и търговци на дребно при доставка на продукти от една марка
 - Разширяване на системите за селективна дистрибуция
 - Увеличено използване на вертикални ограничения при дистрибуцията на потребителски стоки
 - ценови ограничения
 - забрани за използване на онлайн платформи
 - ограничения за използване на инструменти за сравняване на цените
 - изключване от дистрибуторските мрежи на участници, които осъществяват дейност само онлайн



Единен цифров пазар и електронна търговия в Европейския съюз



- Основни констатации относно електронната търговия с цифрово съдържание (1)
 - Обхват на секторния анализ относно електронната търговия с цифрово съдържание
 - Основни пазарни тенденции на електронните пазари на цифрово съдържание
 - Промяна в бизнес моделите за предоставяне на цифрово съдържание
 - промяна в начина, по който се осъществява достъпът до и потреблението на цифрово съдържание
 - предоставяне на нови възможности за стопанска дейност както за реалните, така и за потенциалните оператори
 - насърчаване на иновациите и експериментирането на пазарите за цифрово съдържание
 - повишаване на разнообразието от нови услуги и бизнес модели



Единен цифров пазар и електронна търговия в Европейския съюз



- Основни констатации относно електронната търговия с цифрово съдържание (2)
 - Повишаване на ефективността при предоставяне на цифрово съдържание
 - намаляване на разходите
 - по-голяма гъвкавост и възможност за надграждане
 - създаване на потребителски интерфейси



■ Основни констатации относно електронната търговия с цифрово съдържание (3)

- Усложняване на лицензионните практики за разрешаване използването на цифрово съдържание
 - право за предаване чрез интернет, чрез широколентови или кабелни технологии
 - право за изтегляне на съдържанието чрез получаващо устройство (потребителски стрийминг)
- Наличие на ограничения при определяне на обхвата на лицензионните права
 - технологията
 - продължителността от време
 - географската територия



Определяне на пазарите за електронна търговия

- Основни постулати на концепцията за съответния пазар
- Бързо превключване между онлайн и офлайн канали за продажба
- Повишаване на икономическата и социалната роля на онлайн платформите



■ Същност на онлайн платформите

- Определение за онлайн платформи
- Основни характеристики на онлайн платформите
 - улесняват и извличат стойност от директни взаимодействия или транзакции между потребителите
 - събират, използват и обработват голямо количество данни, за да оптимизират услугите на всеки потребител
 - пораждат "мрежови ефекти"
 - създават нови и по-ефикасни пазарни механизми, които носят ползи за потребителите
 - разчитат на развитието на информационните технологии.
- Многостранни пазари



Видове онлайн платформи

- Платформи за електронна търговия
- Създатели на аудитории
- Координатори на търсенето
- Транзакционни и нетранзакционни платформи

Функциониране на онлайн платформите

- Разграничение между традиционните бизнес модели и онлайн платформите
 - Линейни и нелинейни бизнес модели
 - Онлайн платформи и управление на риска при транзакциите



- Мрежови ефекти при онлайн платформите
 - Преки мрежови ефекти
 - Непреки мрежови ефекти
 - Интензитет на мрежовите ефекти
- Единично и множествено използване на платформи
- Икономии на обхвата и икономии от мащаба при събиране на данни за потребителите
- Значение на големите масиви от данни, събирани от онлайн платформите
- Основни характеристики на големите масиви от данни, обработвани от онлайн платформите
 - Големите масиви от данни са с непрекъснато нарастващ обем
 - Големите масиви от данни са разнообразни
 - Големите масиви от данни са актуални и надеждни
- Използване на големите масиви от данни от онлайн платформите



Икономически ползи от онлайн платформите

■ Ползи за потребителите

- повишаване на достъпността на пазарната информация
- улесняване на взаимодействието между търсенето и предлагането
- създаване на нови пазари и възможности за бизнес
- увеличаване на избора на стоки и услуги

■ Ползи за предприятията

- намаляване на транзакционните разходи
- насърчаване на бизнес възможностите
- адаптиране на продуктите към нуждите на потребителите
- нови възможности за реклама в социалните мрежи
- обратна връзка и лоялност от потребителите
- достъп до глобални пазари





Благодарим за вниманието!



Правна информация: Настоящата презентация отразява единствено и само възгледите на авторите ѝ и организацията, отговорна за изпълнението на проекта - Фондация "ЛИБРе", и Европейската комисия не е отговорна за използването на съдържащата се тук информация. Повече информация за организацията и данни за контакт може да намерите на адрес: <http://libreresearchgroup.org>