

Раупов Жамшид Рашидович
Старший преподаватель кафедры
«Цифровой экономики и информационных технологий»
Ташкентского государственного экономического университета

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВЫХ ПЛАТФОРМ

Аннотация. Настоящее исследование рассматривает тенденции развития цифровых платформ, которые являются необходимой важной инфраструктурой для динамичного развития многих отраслей экономики. Традиционные бизнес-модели в экономической деятельности не отвечают сегодняшним реалиям общественного развития. Постепенно классическая экономика трансформируется, происходят коренные изменения бизнес-процессов в результате чего набирает обороты платформенная экономика.

Преимущество цифровых платформ в том, что они обеспечивают непрерывный бизнес-процесс с клиентами, сотрудниками и партнерами в режиме реального времени, с возможностью оперативного отслеживания и контроля. По своей природе цифровая платформа современная бизнес-модель функционирующая с помощью технологии благодаря которым создаются ценности для физических лиц и организации с целью решения определенных бизнес задач к примеру совершения сделок друг с другом, обмен различной информацией.

Ключевые слова: цифровая платформа, цифровые технологии, бизнес-процесс, цифровизация, платформенная экономика, рыночная капитализация, интернет-маркетинг, предпринимательство, информационное общество, отрасли экономики, государственные услуги.

Raupov Jamshid Rashidovich
*Senior lecturer of the department "Digital economy and information
technology"*

Abstract. This study examines the trends in the development of digital platforms, which are an essential infrastructure for the dynamic development of many sectors of the economy. Traditional business models in economic activity do not meet the current realities of social development. Gradually, the classical economy is being transformed, radical changes in business processes are taking place, as a result of which the platform economy is gaining momentum.

The advantage of digital platforms is that they provide a continuous business process with customers, employees and partners in real time, with the possibility of operational tracking and control. By its nature, a digital platform is a modern business model functioning with the help of technology, thanks to which values are created for individuals and organizations in order to solve certain business tasks, for example, making transactions with each other, exchanging various information.

Key words: digital platform, digital technologies, business process, digitalization, platform economy, market capitalization, Internet marketing, entrepreneurship, information society, economic sectors, public services.

Платформы начали использоваться еще с 1960-х годов, особенно в отрасли информационных технологий. В 1964 году IBM представила общее оборудование и операционную систему на своих компьютерах. Следовательно, пользователи смогли дополнять аппаратное и программное обеспечение, не переписывая сложные программы для получения этих дополнительных возможностей. Являясь пионером в этой области, IBM в течение почти двух десятилетий доминировала в компьютерной индустрии.

Позже, в 1980-х годах, разработка микропроцессоров корпорацией Intel и почти универсальной операционной системой от Microsoft дала огромный толчок развитию апробируемых, но высокоэффективных и универсальных персональных компьютеров. Вскоре появилось совершенно новое поле разработчиков аппаратного и программного обеспечения. В 1990-х и 2000-х

годах Интернет привел к квантовому скачку развития платформенной экономики. В течение десятилетия интернет-платформы подключили большое количество пользователей ПК к широкому кругу веб-сайтов и онлайн-приложений [1].

После 2000 года во всем мире появилось множество различных цифровых платформ, которые служат механизмами установления связи между сторонами для взаимодействия в Интернете. Рост цифровых платформ в основном зависит от их способности собирать, обрабатывать, передавать, хранить и анализировать данные, а также монетизации услуг исходя из интересов и поведения пользователей.

Анализ показал, что большинство компаний использующие цифровые платформы находится в Северной Америке и Азии, при чем доля европейских компаний ощутимо низка. На рисунке 1.1. представлены страны с наибольшей долей технологических компаний.

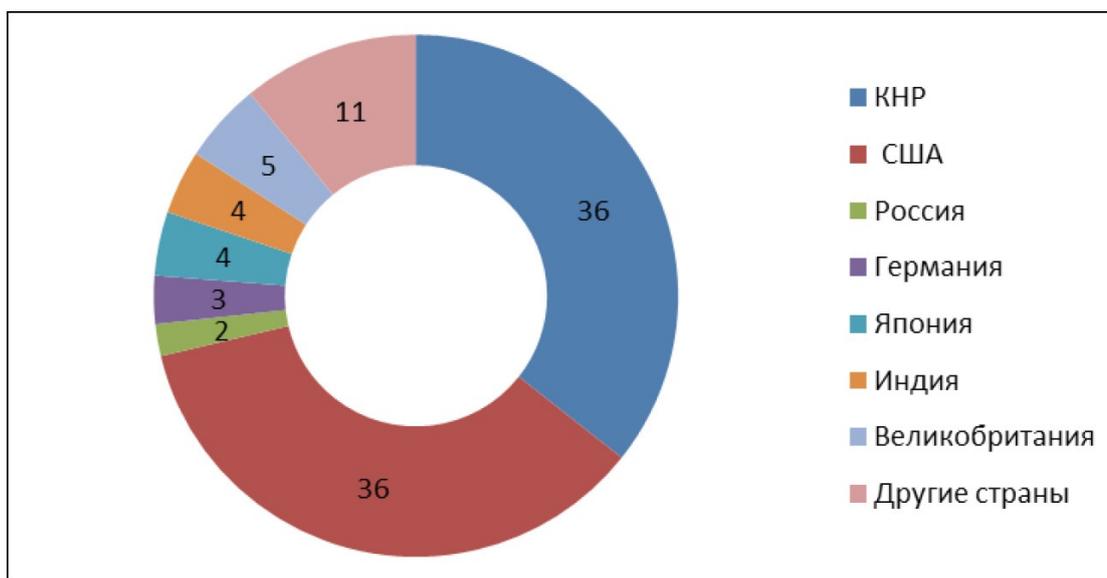


Рисунок 1.1 - Распределение платформенных компаний по странам мира, % [2]

Платформенные компании уже на протяжении десятков лет являются крупнейшими компаниями в мире по рыночной капитализации. Данные компании в своей деятельности активно используют платформенные

решения, что влияет на рост их прибыльности. Если в 2008 году в десятку самых дорогих компаний входила только одна платформенная компания Microsoft, через десять лет лидерами рейтинга стали уже семь подобных компаний.

Впечатляющий пример роста среди неамериканских ЦП показала китайская платформа WeChat (Tencent Holdings) – в 22 раза, с 50 млн чел. в 2011 г. до 1,1 млрд чел. в 2018 г. (CAGR – 56 %) [6].

Монополизация платформ и замещение ими традиционных рыночных игроков в силу использования платформами сетевых эффектов и нестандартных ценовых политик вызывают серьезную озабоченность у правительств и научно-экспертных сообществ разных стран. При этом, как показывает практика, между платформами зачастую складывается активная олигополистическая конкуренция, подогреваемая быстрым технологическим прогрессом.

Многие платформенные гиганты прошлого десятилетия (Windows, MySpace, Nokia, Blackberry) были за короткое время смещены с лидерских позиций платформами-«новичками» (Apple, Google, Facebook). [7].

Таким образом, несмотря на отсутствие в настоящее время явных рисков смещения с лидерских позиций действующих мировых платформенных гигантов, постоянное рыночное доминирование не гарантировано ни одной платформе в силу быстрых и непредсказуемых технологических изменений.

На несколько глобальных фирм Соединенных Штатов Америки, а также Китая приходится 90% рыночной капитализации 70 крупнейших мировых цифровых платформ. Доля Европы составляет 4%, а доля Африки и Латинской Америки вместе взятых – 1%. На семь суперплатформ, а именно «Майкрософт», за которой следуют «Эпл», Amazon.com, «Алфавет» (материнская компания «Гугл»), «Фейсбук», «Тенсент холдингз» и «Алибаба», приходится две трети общей рыночной стоимости [8].

Проведенный анализ цифровых платформ существующих в мире позволяет разделить их, в зависимости от назначения, на следующие типы.

1. Операционные системы для персональных компьютеров: Windows, Unix/Linux, MacOS, RAIDIX, KasperskyOS; Узбекистанская платформа Dorrix.

2. Мобильные ОС: Apple iOS, Android, Windows Phone, Sailfish OS.

3. Платформы сферы образования: Edx.org, Coursera.org, Udacity.com, Universarium.org, Stepik.org, Eduson.tv; Узбекистанские платформы: My Dars, Kundalik.com, Onlinedu.uz, Uzbekcoders.uz.

4. Интернет-браузеры: Chrome, Firefox, Microsoft Edge, Safari, Opera, Яндекс.Браузер, Спутник, Амиго, Рамблер, Orbitum.

5. Видеоплатформы: Youtube.com, Vimeo.com, MetaCafe.com, Rutube.ru, Яндекс.Видео, Ivi.ru, Видео Mail.Ru.

6. Поисковые системы: Google.com, Bing.com, Baidu.com, Yahoo.com, Yandex.ru, Rambler.ru, Mail.ru, Sputnik.ru; Узбекистанские платформы: Search.uz, Vorku.uz.

7. Платформы сферы электронной торговли: Amazon.com, Aliexpress.com, eBay.com, Etsy.com, Ozon.ru, Яндекс.Маркет, Auto.ru, Ticketland.ru; Узбекистанские платформы: Olx.uz, Glotr.uz, Olcha.uz, Tovar.uz, Zoodmall.uz, Bulavka.uz, Sello.uz, Unisavdo.uz, Rozetka.uz,

8. Платформы сфера пассажирских перевозок: Uber.com, Lyft.com, Blablacar.com; Российские платформы: Яндекс.Такси, City-mobil.ru, Rentmania.com; Узбекистанская платформа Perevozka24.uz.

9. Социальные сети: Facebook.com, Twitter.com, Instagram.com, LinkedIn.com, Vk.com, Odnoklassniki.ru; Узбекистанская платформа UzTvit.

10. Мессенджеры: WhatsApp, Telegram, WeChat, Skype, ТамТам, Avirton, Mail.Ru Агент, Firechat; Узбекистанская платформа Humo.

12. Платформы поиска работы: Job.com, CareerBuilder.com, Indeed.com, Upwork.com, Hh.ru, Superjob.ru, Career.ru, YouDo.ru, Fl.ru; Узбекистанские платформы: Myjob.uz, Uzjobs.uz, Jobhunt.uz, Ishkor.uz.

13. Платформы сферы оказания государственных услуг: Gov.uk, Dta.gov.au, Gosuslugi.ru, Mos.ru; Узбекистанская платформа my.gov.uz.

14. Платформы по туризму и путешествию: Tripadvisor.com, Skyscanner.net, Kayak.com, Travelata.ru, Tourvisor.ru, Aviasales.ru, Trip.ru; Узбекистанские платформы: Online-tourism.uz, Aviasales.uz.

15. Платформы аренды жилья: AirBnB.com, HomeAway.com, Hostelworld.com, Cian.ru, Domofond.ru, Яндекс.Недвижимость; Узбекистанские платформы: Uybor.uz, Dom.uz, Shahar.uz.

В нынешнем быстро меняющемся мире происходят изменения в условиях труда и поведении людей. Жизнь современного человека плотно интегрировалась с интернетом. В силу каких-либо обстоятельств большинство граждан проводят много времени на цифровых платформах, включая социальные сети. В связи с этим субъекты предпринимательства и финансовые организации должны предлагать свои товары и услуги в тех местах где находятся потенциальные клиенты. Больше шансов на успех будет у платформ имеющие четкую стратегию продвижения и развития.

Цифровые платформы сегодня являются драйвером развития целых отраслей становясь важным компонентом цифровой экономики. Несмотря на высокую значимость использования цифровых платформ, в Узбекистане национальный рынок платформенных решений развит слабо и находится на стадии формирования.

На рынке цифровых платформ Узбекистана сегодня представлены такие зарубежные компаний, как Яндекс (десятки сервисов), Mail.ru, Ozon, AliExpress, Google, Facebook, Lamoda и др. между которыми наблюдается сильная конкуренция.

Литература

1. Бочегов М.А. Цифровые платформы в мировой экономике современные тенденции и направления развития. URL: <https://archivarius.org.ua/Archive/DOI/> (дата обращения: 19.03.2023).

2. Osipov Yu.M., Yudina T.N., Geliskhanov I.Z. Tsifrovaya platforma kak institut epokhi tekhnologicheskogo proryva platformy [Digital platform as an Institute of the era of technological breakthrough of the platform]. Ekonomicheskie strategii, 2018. Vol.5, pp. 22–29

3. По данным портала Statista.com: URL: <https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-activefacebook-users-worldwide>

4. По данным портала Statista.com: URL: <https://www.statista.com/statistics/253577/number-of-monthly-active-instagram-users>

5. По данным портала Statista.com: URL: <https://www.statista.com/statistics/260819/number-of-monthly-active-whatsapp-users>

6. По данным портала Statista.com: URL: <https://www.statista.com/statistics/255778/number-of-active-wechat-messenger-accounts>

7. Гелисханов И.З., Юдина Т.Н., Бабкин А.В. Цифровые платформы в экономике: сущность, модели, тенденции развития // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. - Том 11, № 6. – 2018. – С. 22-36.

8. Цифровые платформы и создание стоимости в развивающихся странах: последствия для политики стран и международной политики. Записка секретариата ЮНКТАД [Электронный ресурс] // Конференция Организации Объединенных Наций по торговле и развитию. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/tdb_ed4d2_ru.pdf (дата обращения: 11.02.2023).

9. Зеневич А. М. Цифровая платформа как элемент цифровой экономики / А. М. Зеневич, З. В. Пунчик // Научные труды Белорусского

государственного экономического университета. Вып. 12 / [редкол.: В.Н. Шимов (гл. ред.) и др.] ; М-во образования Респ. Беларусь, Белорус. гос. экон. ун-т. - Минск : БГЭУ, 2019. - С. 187-193.

10. Рыжкова М. В. Концептуализация феномена «цифровая платформа»: рынок или бизнес? // Вестник Томского государственного университета. Экономика. 2019. № 47. С. 48–66.