

Цифровые платформы, реализующие развитую систему сервисов для работы с электронным контентом

Введение

Становление глобального информационного пространства является составной частью происходящих процессов глобализации, которые на сегодняшний день в большей степени базируются не столько на росте потоков людей и товаров, сколько на активизации обмена информацией и знаниями, на быстром, но весьма неравномерном росте доли интеллектуальной и информационной составляющей в мировом валовом продукте. Информационные преобразующие технологии и инновационные бизнес-модели становятся одним из стратегических ресурсов государства, а доступ к ним – одним из основных факторов социально-экономического развития. В связи с этим во всем мире динамично развивается процесс перехода от традиционного типа общества к информационно-коммуникационному, которое характеризуется высоким уровнем развития цифровых технологий и их повсеместным интенсивным использованием. Происходящие в мире изменения впечатляющи и масштабны. За ними стоит огромная научная, креативная, техническая и информационно-управленческая работа.

Основная часть

Сегодня цифровая экономика становится важной частью мировой экономики и предлагает широкий спектр новых возможностей для всеобщего и устойчивого развития. В ближайшее время многие отрасли, направления экономической деятельности и рынки будут перепрофилированы согласно требованиям формирования и развития новых информационно преобразующих

моделей. Облачные технологии, робототехника, 3D-проектирование, умные гаджеты, технологии виртуальной и дополненной реальности, беспроводные связи и многие другие цифровые технологии определяют оптимистический прогноз будущего развития.

В связи с этим к числу основной задачи, стоящей перед государством и обществом, относится обоснование приоритетов развития в формировании информационно преобразующей экономической системы. И насколько правильно будут обозначены приоритеты и выработана политика действий, настолько будет успешным социально-экономическое развитие.

Безусловно, первоочередного внимания заслуживают создание и развитие информационно-коммуникационных площадок нового поколения, совмещающих в себе элементы новых индустрий с применением цифровых технологий, *так называемых драйверов* цифровой трансформации (ИКТ-продукты, ИКТ-сервисы, мобильные технологии, облачные технологии, технологии больших данных, новые сетевые и управленческие технологии, инновационные бизнес-модели). Роль подобных драйверов цифровой трансформации могут взять на себя цифровые платформы (*digital platforms*), реализующие развитую информационно преобразующую систему сервисов для работы с электронным контентом.

Цифровая экономика характеризуется формированием сетевого способа координации экономических связей, развитием и расширением сферы услуг, ростом числа открытых инноваций, а самое главное – изменением роли знаний и человека.

Использование ИКТ коренным образом изменило спектр предоставляемых услуг во всех сферах отраслей экономики. Новые цифровые технологии, в том числе ИКТ, создают виртуальную и дополненную реальности.

Проблемы становления глобального цифрового экономического пространства, создания информационно-коммуникационных площадок и цифровых платформ до настоящего момента лишь фрагментарно рассматривались в ряде научных исследований. В частности, для научного понимания концепции цифровизации следует выделить научно-исследовательскую работу Т.Н. Юдиной и И.М. Тушканова. Они дали определение термину «цифровизация» в узком и широком смыслах слова:

- в узком смысле: создание на разных уровнях экономики (глобальном, мега, макро-, мезо-, микро-, нано-) информационно-цифровых платформ и операторов, позволяющих решать различные хозяйственные задачи, в том числе стратегические: развитие медицины, науки, образования, транспорта, новой индустриализации, государственного регулирования экономики и планирования и др.;

- в широком смысле: изменение природы производственных или экономических отношений, смену их субъектно-объектной ориентированности. С помощью алгоритмов появляются отношения типа машина – машина (M2M), где человек может уже не выступать субъектом. Изменяются и производительные силы общества и/или факторы производства. Так возникает Интернет вещей и даже, Интернет «всего» [1, с. 197].

Одним из важных событий в области исследования цифровизации было появление в 1994 г. знаменитой книги канадского экономиста и консультанта по бизнесу Д. Тапскотта под названием «Digital Economy». Тапскотт, опираясь на теорию фирмы, анализирует тенденции в изменении транзакционных издержек и на основе такого анализа формулирует ряд гипотез о переходе бизнеса в новые медиа [2]. Самый главный вывод, который делает Тапскотт на

основе проведенного тщательного теоретического анализа с обоснованием имеющихся на тот момент времени фактов, – это возможность перемещения секторов экономики из традиционного формата в медиаформат. В том числе он выделил одно из негативных последствий от процесса цифровизации – нарушение авторских и смежных прав с заметным ущербом для правообладателей и потерями инвестиций для бизнеса.

Сейчас такое явление называют «пиратством» (англ. *piracy*), которое активно существует на просторах интернета. Разумеется, «пиратство» и связанные с ним потери инвестиций не могли остаться без внимания исследователей экономики медиаформатов. Большинство пользователей понимают, что нелегальный контент использовать попросту удобнее и экономнее. Как правило, на пиратских интернет-сайтах имеются отзывы и можно посмотреть рейтинг закачек по всем категориям. Поскольку программы с разными видами сборки или репаками (англ. *RePack*) установить на компьютерное оборудование намного проще, чем искать лицензионные.

Негативные тенденции от нарушения авторских прав, копирования и распространения нелегальных материалов отчетливо видны в экономике киберпространства, поскольку процесс цифровизации пришёл в данную отрасль экономики медиаформатов уже давно. К настоящему времени имеется большое количество научных исследований, в том числе эмпирических данных, о «пиратстве» и о попытках борьбы с ним. Данную научную литературу можно разделить на два больших модуля:

- во-первых, это научные исследования, которые выполняются по заказам крупных компаний (правообладателей) с предоставлением полного доступа к данным и достойной оплатой за труд;

- во-вторых, это научные исследования, которые проводятся независимыми учеными без доступа к реальным данным и без оплаты (инициативная работа).

Тем не менее во многих развитых странах пытаются бороться с данным видом преступления на киберпространстве. Например, в августе 2017 г. в Великобритании в рамках так называемой «Операции креатив», был заблокирован доступ к прокси-серверу Immunicity, который предоставлял доступ к пиратским контентам через торренты. В Италии борются с нелегальным контентом через объединения усилий рекламной индустрии (IAB Italy) и индустрии медиаконтента (FPM и FAPAV). В Испании приняли закон Лассаля или «закон о налоге на Google», согласно которому Google должен платить комиссию за скачивание нелегальных фрагментов в новостном сервисе. В США были приняты законопроекты SOPA (Stop Online Piracy Act) и PIPA (Protect Intellectual Property Act), требующие всяческое прекращение взаимодействия с нелегальными контентом с угрозой тюремного заключения на срок до 5 лет (например, за раздачу 10 треков за полгода). С большей долей вероятности будем надеяться, что активная политика борьбы с нелегальными ресурсами принесет свои плоды и каждый пользователь будет полноправно использовать свой уникальный контент.

Согласно Т. Айзману, цифровые платформы включают в себя единый набор компонентов (оборудование, программное обеспечение и обслуживающие модули с заданной архитектурой) и правил (стандарты, протоколы, политики и контракты с правами и обязанностями), используемых во взаимодействии [6]. Айзман отмечал, что структурные элементы и инструменты цифровой платформы обеспечивают всех членов информационной системы большим спектром возможностей, создающих мощные приложения, которые приносят выгоду для юзеров.

Позже в исследовании И. Мути цифровая платформенная технология была представлена следующими функциями:

- выполнять одну или несколько критически важных функций в определенной сфере;
- определять некоторые «стандарты» и влиять на общую архитектуру решений/продуктов;

- быть открытой или полуоткрытой для других, чтобы опираться на возможности развития за счет сетевого партнерства;

- допускать участие в развитии платформы как комплементарные компании (поставщиков дополняющих товаров и услуг), так и конкурентов [7].

Лучше других определил идеологию цифровой платформы американский ученый-информатик Н. Негропonte. Он впервые отметил, что цифровая платформа – это переход от движения атомов к движениям битов [8]. Негропonte выделил, что платформенная деятельность включает в себя совокупность связей и отношений, складывающихся в экономике, с использованием цифровых, информационных и коммуникационных технологий.

В научной литературе сравнительно недавно стало появляться понятие «платформенная экономика», направленная на использование для организационной работы внешних ИКТ-площадок (цифровых платформ) и связанных с ними разнообразных электронных контентов. При этом использование подобных площадок позволяет сократить ИКТ-издержки и уменьшить затраты на выведение новых продуктов на рынок. Так, американский финансовый холдинг «JP Morgan Chase & Co» определил «платформенную экономику» как экономическую деятельность с использованием онлайн-посредника, обеспечивающую площадку, посредством которой независимые работники или продавцы могут предоставлять определенный товар или услугу клиентам, и установил, что все платформы имеют четыре общие черты: связывают работников или продавцов непосредственно с клиентом; позволяют людям работать, когда они хотят; продавцы получают оплату сразу после выполнения работы или предоставления товара; оплата проходит через платформу [9].

Некоторые эксперты отмечают, что проникновение цифровой платформы в каждую отрасль позволяет на порядки повысить эффективность и управляемость [10]. Положительный результат от внедрения цифровых платформ очевиден, складываются

ся привлекательные условия и удаляются барьеры для малого и среднего бизнеса. При этом самыми успешными инновациями за последние несколько лет были инновации в области бизнес-моделей. Ярким примером может служить компания Uber, которая произвела не просто цифровую платформу, а инновационную бизнес-модель. В результате появилось новое выражение «уберизация экономики» (англ. *uberization of the economy*) – цифровой сервис на рынке, который координирует деятельность независимых субъектов в реальном времени на основе использования выстроенных по единым правилам цифровых технологий, а также принципов добровольного и взаимовыгодного участия. Следовательно, здесь понимается некоторая цифровая площадка с поставщиками и клиентами (цифровой рынок услуг или товаров), взаимодействующими между собой, а также имеется структурированная система «прозрачных» отзывов и рейтингов. Можно отметить, что участники бизнес-процесса задействованы в процессе «уберизации экономики».

Сегодня «уберизации экономики» – это новая тенденция, которая кардинально изменит отношение к системе социально-экономических связей посредством использования цифровых технологий (цифровых платформ).

Следует подчеркнуть, что процесс «уберизации экономики» затронул и Казахстан. В стране активно используют мобильное приложение «Uber», которое позволяет производить онлайн поиск, вызов и оплату такси (в том числе частных водителей). Цифровое приложение «Uber» – одно из самых лучших приложений в сегменте рынка оплаты услуг таксопарка. Одно из главных преимуществ данного электронного контента – возможность найти за пару минут транспорт поблизости днем и ночью. При этом данная цифровая платформа не требует дополнительных затрат, таких как звонок к оператору, заказ поездки осуществляется несколькими касаниями. При этом российские IT-специалисты не упустили возможность создать на базе данной цифровой площадки «Uber» собственное мобильное

приложение в сфере такси под названием «Яндекс Такси».

При этом эксперты отмечают, что процесс «уберизации» позволяет создать «убер-платформу» практически в любом сегменте экономики [11]. В результате эффективность процесса «уберизации экономики» характеризуется тем, что:

- снижаются транзакционные издержки клиентов путем оптимизации экономических цепочек добавленной стоимости в реальном времени;

- организуется единый подход ко всем участникам «убер-сервиса», балансируя интересы независимых агентов рынка;

- автоматизируется процесс за счет исключения участия человека [12].

Таким образом, можно сделать вывод, что цифровая платформа – это цифровой рынок, полностью основанный на цифровых технологиях, который координирует взаимодействие без посредников за счет предоставления развитой системы сервисов для работы с электронным контентом.

На рисунке 1 показана эволюция производственного процесса цифровой платформы – от фазы запуска цифрового дизайна до процесса ее зрелости, учитывающего весь жизненный цикл и представлена вся цепочка производственных процессов, требуемых для создания и поставки цифровой платформы на рынок. Этот жизненный цикл производства основывается на сквозном информационном потоке, т.е. цифровой поток проходит через весь жизненный цикл как его цифровое представление. Цифровой поток начинается с разработки дизайна, затем идет стадия его производства, далее продукт попадает в эксплуатацию (например, на ремонтно-эксплуатационные нужды) и, наконец, заканчивается фазой зрелости.

На каждом из этих этапов производства цифровой поток информации работает как катализатор, т.е. обмен цифровыми данными в рамках цифровой платформы может производиться легко и быстро. К примеру, можно использовать сенсорные интерфейсы (планшеты, смартфоны) и цифровые каналы (дистанционное обслуживание). Кроме

того, использование информации цифрового потока позволит расширить кросс-функциональные интеграции, и более тесно взаимодействовать на протяжении всего жизненного цикла продукта, где могут

участвовать различные заинтересованные стороны, такие как поставщики и клиенты. Фокус смещается с одного производственного участка к оптимизации производственных сетей, охватывающих всех пользователей цифровой площадки.

Жизненный цикл цифровых платформ



Рисунок 1 – Жизненный цикл цифровых платформ

Примечание – Составлено авторами.

Практика показывает значительный рост в развитии цифровых платформ. Так, можно выделить множество успешно действующих цифровых площадок, функционирующих на основе предоставления цифровых ресурсов:

- социальные цифровые платформы (Facebook, LinkedIn, Snapchat);
- цифровые платформы интернет-аукционов и розничной торговли (Amazon, eBay, Angie's List, Flipkart, Snapdeal, Etsy);
- инновационные цифровые платформы (iOS от Apple Inc. и Android от Google);
- цифровые платформы, предоставляющие финансовые и кадровые функции (Workday, Elance, Freelancer, WorkFusion);

- инвестиционные цифровые платформы (Priceline, Kayak и Open Table);
- цифровые платформы, предоставляющие транспортные услуги (Uber, Lyft, Sidecar, BlaBlaCar, Ola, JustPark);
- краудфандинговые цифровые платформы (Kickstarter, Gofundme, ArtistShare, Yomken, Ulule, Aflannah);
- цифровые мобильные платежи (Square, Mahala);
- цифровые государственные услуги (G-Cloud).

Кроме того, идет создание новой институциональной среды, в которой появляются новые организационные структуры, способствующие инновационному развитию

и формирующие новый инновационный ландшафт. К ним относятся цифровые площадки как коммуникационные инструменты, направленные на активизацию усилий по созданию перспективных коммерческих технологий, новых продуктов/услуг, на привлечение дополнительных ресурсов для проведения исследований и разработок на основе участия всех заинтересованных сторон (бизнеса, науки, государства, гражданского общества), совершенствования нормативно-правовой базы в области научно-технологического, инновационного развития.

К числу недавно созданных организаций, определяющих важнейшие изменения инновационного ландшафта (на примере ЕС), следует отнести следующие:

- европейские технологические платформы (ETP);
- европейские промышленные инициативы (European Industrial Initiatives - ЕИ);
- европейские инновационные партнерства (European Innovation Partnerships);

- государственные партнерства (Joint Programming Initiatives);

- кластерно-сетевые структуры Европейского института инноваций и технологий (Knowledge and Innovation Communities of the European Institute of Innovation and Technology);

- европейская сеть бизнес-инновационных центров (European Business Innovation Network).

Для координации усилий стран-участников ЕС в цифровизации национальных экономик, была создана платформа национальных инициатив. Цель европейской платформы заключаются в совместном создании критической массы инициатив и инвестиций для оцифровки промышленности и обеспечении заинтересованности государств-членов, регионов и частного сектора в достижении целей перевода европейской промышленности на цифровую основу. В настоящее время данная платформа содержит 18 существующих инициатив (таблица 1).

Таблица 1 – Национальные инициативные платформы ЕС

№ п/п	Страна	Наименование программы	Характеристика национальной инициативы
1	2	3	4
1	Австрия	Plattform Industrie 4.0 / PI4.0 (год запуска 2014)	Платформа является сетевым органом, осуществляющим наблюдение, оказывающим консультации в области стратегических исследований, создающим рабочие группы, определяющим направления и тематику работ по темам Индустрия 4.0. Платформа облегчает реализацию цифровых преобразований и объединяет сообщество Индустрии 4.0. Также предназначена для создания безопасного и инновационного промышленного производства, обеспечения качественной занятости, способствуя, таким образом, укреплению конкурентоспособности страны
2	Латвия	“National Industrial Policy Guidelines 2014- 2020” (год запуска 2018)	Национальная инициатива, направленная на развитие высокодоходной продукции товаров и услуг. Данная инициатива финансируется снизу вверх, как государственным, так и частным секторами и фокусируется на шести ключевых областях: совершенствование систем образования и навыков рабочей силы, поощрение промышленного развития, увеличение финансирования, стимулирование инноваций, стимулирование экспорта и снижение затрат на энергию

Продолжение таблицы 1			
1	2	3	4
3	Литва	Lithuania: "Pramonė 4.0" (год запуска 2017)	Платформа Pramonė 4.0 возникла в результате двусторонней немецко-литовской конференции «Индустрия 4.0», которая прошла в Вильнюсе в мае 2016 г. Цель платформы – повышение конкурентоспособности и производительности литовской промышленности и содействие интеграции цифровых решений и новых технологий
4	Словакия	Smart Industry (год запуска 2016)	Платформа Smart Industry была создана в качестве центрального органа, координирующего различные усилия, и состоит из рабочей группы multidисциплинарных экспертов из промышленности, науки и правительства. Инициатива направлена на то, чтобы снизить уровень осведомленности о цифровых словарях среди словацких компаний и привлечь бизнес-сообщество страны, особенно промышленные компании, ближе к принципам отрасли 4,0
5	Польша	Initiative for Polish Industry 4.0 – The Future Industry Platform (год запуска 2016)	Основная миссия платформы будет заключаться в том, чтобы стать интегратором всех сторон, заинтересованных в промышленности 4.0, а также ускорителем цифровой трансформации польской промышленности. Платформа стремится к достижению этих целей посредством сочетания мероприятий, включающих передачу знаний и повышение осведомленности, а также разработку и применение мер поддержки цифровой трансформации
6	Словения	Slovenian Digital Coalition (год запуска 2016)	Словенская цифровая коалиция объединяет ключевые заинтересованные стороны из торговли, промышленности, исследований и разработок, гражданского общества и государственного сектора. Цель - содействие развитию цифровой экономики, создание цифровых рабочих мест, а также использование возможностей, тесно связанных с развитием ИКТ. Коалиция создана на период до 2020 г.
7	Бельгия	Made different – Factories of the future (год запуска 2013)	Целью программы является повышение конкурентоспособности обрабатывающей промышленности путем цифровизации процесса производства с долгосрочной целью превращения обрабатывающих компаний в «Фабрики будущего»
8	Чехия	Průmysl 4.0 (год запуска 2015)	Национальная программа, предназначенная для поддержки и повышения конкурентоспособности. Цель программы – подготовка общества к социально-экономическим переменам в связи с четвертой промышленной революцией, создание деловой и социальной среды, в которой чешская экономика сможет полностью раскрыть свой потенциал
9	Германия	Industrie 4.0 (год запуска 2011)	Национальная стратегическая программа предназначена для цифровизации производства, создания взаимосвязи продуктов, цепочек добавленной стоимости и бизнес-моделей. В число ее целей входят поддержка научных исследований, объединение отраслевых партнеров и стандартизация. Данная инициатива призвана для создания промышленности Германии будущего, обеспечения ее лидирующих позиций в мировом цифровом секторе

Продолжение таблицы 1			
1	2	3	4
10	Дания	Manufacturing Academy of Denmark / MADE (год запуска 2014)	Национальная инновационная программа призвана соединить датские компании-производители, пять университетов и три научно-технические организации с целью укрепления цифровой экосистемы датского производства и упрощения инвестирования в производственные операции. Основная миссия MADE заключается в осуществлении прикладных исследований, руководстве инновациями и улучшении образования для повышения конкурентоспособности датского производства
11	Испания	Industria Conectada 4.0/ Connected Industry 4.0 (год запуска 2014)	Программа направлена на цифровизацию и повышение конкурентоспособности промышленного сектора Испании. Одновременно программа оказывает поддержку компаниям, осуществляющим переход на цифровые технологии. Разработана испанская модель для решения специфических проблем развития промышленности. Уникальность платформы заключается в том, что она сфокусирована на поддержке проектов цифровизации путем оказания содействия микропредприятиям, предприятиям среднего и малого бизнеса
12	Франция	Alliance pour l'Industrie du Futur / Nouvelle France Industrielle (год запуска 2015)	Программа нацелена на оказание помощи компаниям в разворачивании цифровых технологий, на преобразование компаний и бизнес-моделей, а также на модернизацию методов производства. Инициатива нацелена на особые приоритетные рынки и содержит ряд столпов: прорывные технологии, преобразование бизнеса, обучение, международную кооперацию и продвижение IdF
13	Венгрия	IPAR4.0 National Technology Platform (год запуска 2016)	Общей задачей платформы как ключевого элемента подготовки экономики страны к цифровизации является ускорение преобразования производства и промышленности Венгрии в свете четвертой промышленной революции
14	Италия	Industria 4.0 и Fabbrica Intelligente (год запуска 2017)	Инициатива предназначена для осуществления перемен в индустрии путем принятия комплекса взаимосвязанных мер, направленных на увеличение инвестиций в инновации, технологии и повышение квалификации с учетом требований, выдвигаемых четвертой промышленной революцией. Целевой аудиторией Плана являются предприятия малого и среднего бизнеса, микропредприятия, крупные компании без каких-либо размерных, отраслевых или территориальных ограничений
15	Португалия	Indústria 4.0 (год запуска 2017)	Цель платформы заключается в том, чтобы поставить Португалию на передний план 4-й промышленной революции, сосредоточив внимание на следующих трех направлениях: цифровизация, инновации и обучение. Предпринимаемые меры разделены на шесть направлений – человеческий капитал, квалификация, технологическая кооперация, старт-ап, финансирование и инвестиционные стимулы, интернационализация, стандарты и регулирование

Продолжение таблицы 1			
16	Швеция	Produktion 2030 /P2030 (год запуск 2013)	P2030 была утверждена как исследовательская и инновационная программа. Она направлена на то, чтобы сделать Швецию лидером в инвестициях в устойчивое производство к 2030 году. P2030 работает как платформа государственно-частного партнерства и инфраструктура, построенная на сотрудничестве между промышленностью, научными кругами и исследовательскими ассоциациями
17	Великобритания	UK Industrial Strategy (на стадии внедрения)	В настоящее время правительство занято разработкой новой стратегии развития цифровой экономики, призванной обеспечить процветающую жизнь в предстоящий период. Ее целями являются повышение уровня жизни и обеспечение экономического роста за счет повышения производительности труда по всей стране
18	Нидерланды	Smart Industry / SI (год запуска 2014)	SI является инициативой для цифровизации промышленных предприятий и организаций. Она нацелена на укрепление голландской промышленности и повышение эффективности промышленного производства. SI стремится охватить широкую коалицию компаний, научных учреждений и государственных субъектов, создавая при этом экосистемы со многими участниками в производстве, управлении и науке, адресуясь при этом к бизнес-сообществу в целом. SI основана на хорошо построенных концепциях, ориентированных на сетевое производство, разработанных экспертами и широким кругом заинтересованных сторон
Примечание – Составлено авторами.			

В дальнейшем предполагается, что национальные цифровые платформы ЕС будут расширяться и готовится еще ряд инициатив, чтобы приветствовать и поддерживать новые национальные инициативы, возникающие в мире по мере их запуска. Государственные программы и стратегии развития и стимулирования цифровых технологий или цифровизации национальных экономик и промышленных отраслей к настоящему времени разработаны и реализуются в десятках различных стран мира.

Заслуживает внимания американский опыт формирования и развития цифровых платформ. В 2014 г. пять американских корпораций основали Индустриальный интернет-консорциум для помощи в разработке стандартов для Интернета вещей (IoT), а также в передаче и совместном использовании цифровых данных. Наиболее известными американскими платформами являются:

1) Amazon (была основана в июле 2014 г.) – компания, которая занимается

розничной торговлей и осуществляет свою деятельность в сфере электронной коммерции и облачных вычислений. Amazon первым использовал потенциал Интернета для продажи товаров массового спроса и услуг, получив возможность обращаться к намного большему количеству клиентов, чем у обычного «физического» магазина, предоставляя при этом большее количество наименований товаров, не ограниченное тем, что есть в наличии на складе. Компания является крупнейшей в мире по объему оборота, а также второй после Alibaba Group по объему продаж. Веб-сайт amazon.com начинался как онлайн книжный магазин, затем он стал предоставлять потоковое воспроизведение MP3, продавать аудиокниги, программное обеспечение, видеоигры, электронику, одежду, мебель, продукты питания, игрушки и ювелирные изделия, охватывая 34 категории товаров. У компании имеются филиалы за пределами США, в Бразилии, Канаде, Великобритании, Германии, Японии, Франции, Италии, Испании, Индии и Китае.

2) eBay Inc. – американская многонациональная корпорация электронной коммерции, которая обеспечивает продажу потребительских товаров потребителям и предприятиям через свой веб-сайт. Основной идеей eBay является предоставление продавцам интернет-платформы для продажи любых товаров. Сама фирма eBay выступает лишь в роли посредника при заключении договора купли-продажи между продавцом и покупателем. Компания управляет eBay.com, который является онлайн-аукционом и торговым сайтом и на котором люди и организации покупают и продают самые разные товары и услуги по всему миру. Пользование веб-сайтом для покупателей бесплатное, но с продавцов взимается плата за размещение товаров после того, как будет достигнут определенный лимит бесплатных объявлений. После продажи товаров с продавцов также взимается плата. В дополнение к своим первоначальным услугам – продажам в стиле аукциона - веб-сайт включил «Buy It Now», покупки по UPC, ISBN или другим номерам SKU (через Half.com), онлайн-объявления (через Kijiji или eBay Объявления); онлайн-заказ билетов (через StubHub); и другие услуги.

3) Apple Inc. – американская многонациональная технологическая компания со штаб-квартирой в Купертино (Калифорния), которая разрабатывает и продает бытовую электронику, компьютерное программное обеспечение, а также оказывает онлайн-услуги. В аппаратные продукты компании входят смартфон iPhone, планшетный компьютер iPad, персональный компьютер Mac, портативный мультимедийный проигрыватель iPod, смарт-часы Apple Watch, цифровой медиаплеер Apple TV и интеллектуальный динамик HomePod. Программное обеспечение Apple включает в себя операционные системы MacOS и iOS, медиаплеер iTunes, веб-браузер Safari и iVibe и iWork, а также профессиональные приложения, такие как Final Cut Pro, Logic Pro и Xcode. В число его онлайн-сервисов входят iTunes Store, iOS App Store и Mac App Store, Apple Music и iCloud. Apple занимает первое место в мире среди компаний в обла-

сти цифровых технологий по доходам. В феврале 2015 г. Apple стала первой американской компанией стоимостью более 700 млрд. долл. США. Она имеет 499 розничных магазинов в 22 странах, включая iTunes Store – крупнейший музыкальный магазин.

4) Facebook – американская сеть социальных медиа и социальных сетей, основанная в Менло-Парке, штат Калифорния. Ее веб-сайт был запущен в феврале 2004 г. и изначально предназначался для студентов Гарвардского университета. Позже он охватил высшие учебные заведения Бостона, школы Ivy League, а также Стэнфордский университет. Постепенно Facebook расширял круг обслуживания включая студентов других университетов и в конечном счете, старшеклассников. Доступ в Facebook можно получить с большого количества устройств с подключением к Интернету, таких как настольные компьютеры, ноутбуки и планшетные компьютеры, а также смартфоны. После регистрации пользователь может создать индивидуальный профиль с указанием имени, профессии, учебного заведения и т.д. Пользователи могут добавлять других пользователей в качестве «друзей», обмениваться сообщениями, сообщать о статусе обновлений, обмениваться фотографиями, видео и ссылками, использовать различные программные приложения и получать уведомления о деятельности других пользователей. Кроме того, имеется возможность присоединиться к различным группам пользователей с общими интересами, организованным на рабочем месте, в школе, согласно хобби или другим темам, а также классифицировать своих друзей в таких списках, как «Люди с работой» или «Близкие друзья».

5) Uber Technologies Inc. (известная в мире как Uber) предоставляет аренду такси, доставку еды, а также организует общую сеть путей сообщения. Оперирует в 633 городах по всему миру. Штаб-квартира Uber находится в Сан-Франциско, штат Калифорния. Uber создала одноимённое мобильное приложение для поиска, вызова и оплаты такси или частных водителей, которое доступно через веб-сайты Uber.

Заключение

По сути, цифровые платформы становятся драйверами рыночной экономики, предвестниками новых методов экономического обмена и успешными примерами предпринимательского электронного бизнеса. Раньше цифровая платформенная экономика была объектом для обсуждения. Но сейчас, с развитием цифровых технологий, платформенная экономика стала все сильнее утверждаться в качестве новейшего информационного типа архитектуры. Можно выделить следующие преимущества цифровой платформенной экономики:

Во-первых, активизация инновационного роста (англ. *stimulating innovation*): использование передовых технологий, разработка индивидуализированных товаров и услуг, появление новых типов расслоения продуктов, потребление инновационных бизнес-моделей, создание гибкой организационной структуры.

Во-вторых, формирование новой потребительской ценности товара (англ. *create a new value for consumers*): улучшение конкурентных преимуществ, увеличение выборности, повышение удобства в использовании (юзабилити), распределение ресурсов и финансовых активов; изменение маркетинговой политики, возможность выбрать лучшие цены и информационная прозрачность рынка.

В-третьих, открытие новых рынков сбыта (англ. *opening of new channels*): увеличение совокупного спроса и предложения, стимулирование субъектов малого и среднего бизнеса для выхода на рынок, использование маркетинговых инноваций, организация новой системы сбыта и возможность выхода на зарубежные рынки (экспорт в любую страну мира).

В-четвертых, сокращение транзакционных издержек (англ. *reduction of transaction costs*): систематизированное накопление информации; всеохватность в разрешении различных ситуаций; рационализация затрат; сокращение информационных, коммуникационных, логистических издержек и повышение гибкости производства.

В-пятых, улучшение уровня благосостояния (англ. *improving the level of well-being*): повышение производительности; формирование благоприятной бизнес-среды; привлечение инвестиций; улучшение качества жизни населения; аллокационная эффективность, стандартизация и эффективное использование передовых технологий.

Резюмируя изложенное, можно отметить, что сегодня Казахстан стремится войти по объему ВВП в 30-ку развитых стран мира к 2050 г., но для этого стоит поставить во главу угла развитие цифровых технологий. Поэтому очень важно создание и развитие информационно-коммуникационных площадок нового поколения, совмещающих в себе элементы новых индустрий с применением цифровых технологий, так называемых драйверов цифровой трансформации. Роль подобных драйверов цифровой трансформации могут взять на себя цифровые платформы, реализующих развитую информационно преобразующую систему сервисов для работы с электронным контентом. Успешно действующие цифровые платформы удешевляют процессы производства, создают новые профессиональные стандарты, устраняют посреднические ветви, развивают конкуренцию и координируют деятельность различных участников рынка. Более того, цифровые платформы могут работать без каких-либо географических ограничений и практически везде, где есть интернет.

Список использованных источников

1. Юдина Т.Н., Тушканов И.М. Цифровая экономика сквозь призму философии хозяйства и политической экономии // Философия хозяйства. - 2017. - № 1. - С. 193-201.
2. Tapscott D. The Digital Economy: Promise and Peril In The Age of Networked Intelligence. - McGraw-Hill, 1995.- 342p.
3. Cairncross F. The Death of Distance: How the Communications Revolution.- Will Change Our Lives. Boston: Harvard Business School Press, 1997. - 452 p.
4. Dyson E., Gilder G., Keyworth G., Toffler A. Cyberspace and the American Dream //The Information Society. -1996. - Vol. 12, No. 3. - P. 295-308.

5. Shaw M. J. Electronic Commerce: State of the Art//Handbook on Electronic Commerce. International Handbooks on Information Systems. - Springer, Berlin, Heidelberg, 2000. – P. 3-24.

6. Eisenmann T., Parker G., Van Alstyne M. Opening Platforms: How, When and Why? - 2009. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/09-030.pdf>.

7. Mootee I. What's the difference between platform strategy vs. business strategy vs. product strategy? // Digest of the news of the world of high technologies- 2016. – No. 5. – 14 p.

8. Negroponte N. Being Digital.- New York: Knopf, 1996. – 243 p.

9. Paychecks, Paydays, and the Online Platform Economy. Big Data on Income Volatility// JPMorgan Chase & Co. – 2016. - № 1. – 44 p.

10. Attewell P., Rule J. Computing and Organizations: What We Know and What We Don't Know// Communications of the ACM -1984. - No. 27(12).-P. 1184-1191.

11. Левин К. Убить посредников // Московский комсомолец.-2017. - № 27061. - С. 21-25.

12. Павлюц А. «Уберизация» экономики. Теория правильного «убера» [Электронный ресурс] / А. Павлюц - Режим доступа: <https://pavlyuts.ru/> (дата обращения 10.06.2018).

13. Купревич Т.С. Цифровые платформы в мировой экономике: современные тенденции и направления развития // Экономический вестник университета – 2018. - № 37 (1). – С. 311-318.

References

1. Judina T.N., Tushkanov I.M. Cifrovaja jekonomika skvoz' prizmu filosofii hozjajstva i politicheskoy jekonomii // Filosofija hozjajstva. - 2017. - № 1. – S. 193-201.

2. Tapscott D. The Digital Economy: Promise and Peril In The Age of Networked Intelligence. - McGraw-Hill, 1995.- 342p.

3. Cairncross F. The Death of Distance: How the Communications Revolution. - Will Change Our Lives. Boston: Harvard Business School Press, 1997. – 452 p.

4. Dyson E., Gilder G., Keyworth G., Toffler A. Cyberspace and the American Dream //The Information Society. -1996. – Vol. 12, No. 3. – P. 295-308.

5. Shaw M. J. Electronic Commerce: State of the Art//Handbook on Electronic Commerce. International Handbooks on Information Systems. - Springer, Berlin, Heidelberg, 2000. – P. 3-24.

6. Eisenmann T., Parker G., Van Alstyne M. Opening Platforms: How, When and Why? - 2009. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/09-030.pdf>.

7. Mootee I. What's the difference between platform strategy vs. business strategy vs. product

strategy? // Digest of the news of the world of high technologies- 2016. – No. 5. – 14 p.

8. Negroponte N. Being Digital.- New York: Knopf, 1996. – 243 p.

9. Paychecks, Paydays, and the Online Platform Economy. Big Data on Income Volatility// JPMorgan Chase & Co. – 2016. - № 1. – 44 p.

10. Attewell P., Rule J. Computing and Organizations: What We Know and What We Don't Know// Communications of the ACM -1984. - No. 27(12).-P. 1184-1191.

11. Levin K. Ubit' posrednikov // Moskovskij komsomolec.-2017. - № 27061. - S. 21-25.

12. Pavljuc A. «Uberizacija» jekonomiki. Teorija pravil'nogo «ubera» [Elektronnyj resurs] / A. Pavljuc - Rezhim dostupa: <https://pavlyuts.ru/> (data obrashhenija 10.06.2018).

13. Kuprevich T.S. Cifrovye platformy v mirovoj jekonomike: sovremennye tendencii i napravlenija razvitija // Jekonomicheskij vestnik universiteta – 2018. - № 37 (1). – S. 311-318.

Түйін

Мақалада цифрлық платформаларды қалыптастыру мен дамытудың әлемдік тәжірибесі қарастырылады. Талдау негізінде цифрлық платформалық экономиканың артықшылықтары мен әртүрлі цифрлық қызметтер көрсету негізінде жұмыс істейтін бірқатар қолданыстағы цифрлық алаңдар атап көрсетілді.

Түйін сөздер: цифрлық платформалар, АКТ, цифрлық трансформация, электронды контент

Аннотация

Рассмотрен мировой опыт формирования и развития цифровых платформ. На основе анализа выделены преимущества цифровой платформенной экономики и множество успешно действующих цифровых площадок, функционирующих на основе предоставления различных цифровых ресурсов.

Ключевые слова: цифровые платформы, ИКТ, цифровая трансформация, электронный контент.

Annotation

The article investigates the experience of the formation and development of digital platforms in the world. Based on the analysis, the authors highlighted the advantages of digital platform economy, and number of successfully operating digital platforms operating on the basis of the provision of various digital resources.

Keywords: digital platforms, ICT, digital transformation, electronic content