

К ВОПРОСУ О РАЗВИТИИ ЦИФРОВЫХ ПЛАТФОРМ В НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Статья подготовлена в рамках исследования выполненного по теме гранта «Формирование институционального каркаса инфраструктуры региона в цифровой экономике», при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 20-010-00141\20»

© **Идигова Лалита Мусаевна (а), Осмаева Сайдат Аббазовна(б),
Рахимова Бэлла Хасановна (с)**

- (а) Чеченский государственный университет, д.э.н., профессор кафедры менеджмента и ГМУ. Комплексный научно-исследовательский институт им. Х.И. Ибрагимова Российской академии наук, Российская Федерация, г. Грозный; г.н.с., зав. лаборатории экономических исследований, l.idigova@mail.ru
- (б) Комплексный научно-исследовательский институт им. Х.И. Ибрагимова Российской академии наук, Российская Федерация, г. Грозный; лаборатория экономических исследований, старший лаборант, osaydat@mail.ru
- (с) Комплексный научно-исследовательский институт им. Х.И. Ибрагимова Российской академии наук, Российская Федерация, г. Грозный; лаборатория экономических исследований, м.н.с., ya210412@yandex.ru

Аннотация. Целью нашего исследования является рассмотрение роли цифровых платформ в национальной экономике. Для достижения данной цели необходимо выполнить ряд задач: охарактеризовать цифровые платформы и их роль в социально-экономическом развитии. Цифровые платформы способствуют оперативному обмену информацией между производителем и потребителем, мгновенному совершению торговых сделок и снижению транзакционных издержек. Цифровые платформы собирают, анализируют хранят информацию о всех субъектах бизнес-сообщества – о совершенных сделках, о наличии товаров и оказываемых услугах, о спросе на продукцию и уровне цен. Благодаря сбору и анализу данных на таких цифровых платформах имеется возможность прогнозировать потребительское поведение, уровень востребованности товаров и прогнозирование уровня цен на товары.

Ключевые слова: цифровизация, цифровая экономика, предпринимательство, инновационные технологии, цифровые платформы, цифровые технологии.

ON THE DEVELOPMENT OF DIGITAL PLATFORMS IN NATIONAL ECONOMY

© **Idigova Lalita Musaevna (a), Osmaeva Saydat Abbazovna (b),
Rakhimova Bella Khasanovna (c)**

- (a) Chechen State University; doctor of economic sciences, professor of the department of management and state municipal government. Kh. Ibragimov Complex Institute of the Russian Academy of Sciences, Russian Federation, Grozny; laboratory of economic research, principal researcher, PhD in economics, lidigova@mail.ru
- (b) Kh. Ibragimov Complex Institute of the Russian Academy of Sciences, Russian Federation, Grozny; senior laboratory assistant, laboratory of economic research, osaydat@mail.ru
- (c) Kh. Ibragimov Complex Institute of the Russian Academy of Sciences, Russian Federation, Grozny; junior researcher economic research laboratories, ya210412@yandex.ru

Abstract. The purpose of our research is to examine the role of digital platforms in the national economy. To achieve this goal, it is necessary to perform a number of tasks: to describe digital platforms and their role in socio-economic development. Digital platforms facilitate the rapid exchange of information between producers and consumers, instant trade transactions, and reduce transaction costs. Digital platforms collect, analyze, and store information about all business entities – transactions made, availability of goods and services rendered, demand for products, and price levels. By collecting and analyzing data on such digital platforms, it is possible to predict consumer behavior, the level of demand for goods, and forecast the level of prices for goods.

Key words: digitalization, digital economy, entrepreneurship, innovative technologies, digital platforms, digital technologies.

В современном мире цифровые платформы ориентированы на оперативное взаимодействие между производителем и потребителем, предлагая снизить количество участников в цепи поставок. Цифровые платформы играют важную роль в повышении эффективности предпринимательской деятельности и совершенствовании бизнес-процессов. Использование цифровых технологий в повседневной жизни человечества послужило активному внедрению цифровых платформ во все сферы экономики.

Появление цифровых платформ, таких, как Amazon, eBay, Aliexpress сыграло огромную роль в развитии электронной коммерции и изменило отношения между производителем и потребителем. Благодаря размещению своего товара на таких платформах предприниматели имеют возможность расширения рынка сбыта продукции и увеличения прибыли предприятия. Повышение эффективности предпринимательской деятельности параллельно сопровождается повышением уровня конкуренции.

За 9 месяцев 2020 г. прибыль Amazon составила 14,109 млрд. долл., увеличившись в 1,7 раза в годовом выражении. В третьем квартале 2020 г. чистая прибыль Amazon составила 6,331 млрд. долл., увеличившись в три раза в годовом выражении, а выручка от продаж – 96,145 млрд. долл., увеличившись в 1,4 раза. Прогнозируется, что в четвертом квартале 2020 г. рост объема продаж составит 112-121 млрд. долл., в процентном выражении произойдет увеличение составит на 28-38% в годовом выражении. Amazon функционирует в таких странах, как США, европейских странах, Японии, Китае и Бразилии [1].

В 2020 г. средний чек на Aliexpress составил 1,5 тыс. руб., увеличившись в 2 раза, по сравнению с 2019 г. 41% оборота покупки приходится на товары стоимостью 10 тыс. руб. – 100 тыс. руб. По сравнению с январем-мартом 2020 г., в период режима самоизоляции, средненедельный оборот увеличился на 33%. В последующие месяцы оборот также продолжал расти. Так, в августе 2020 г. оборот Aliexpress превысил 60%, по сравнению с апрелем 2020 г. Кроме того, отечественные предприниматели начинают размещать товары на платформе Aliexpress, число которых превысило 14 тыс. В 2020 г. более 70% покупок приходилось на средний чек до 1 тыс. руб., что на 10,88% больше, чем в 2019 г. На 6,23% повысился средний чек в категории до 5 тыс. руб., на 5% – до 10 тыс. руб., на 6,34% – до 100 тыс. руб., на 1,86% – до 300 тыс. руб. В 2019 г. оборот покупок в категории до 100 тыс. руб. составлял 23,48%, в 2020 г. – 41,63%. В 2019 г. оборот покупок в категории до 1 тыс. руб. составлял 82,65%, в 2020 г. – 71,99% [2].

На категорию в возрасте 25-34 лет приходилось 36% покупателей, в возрасте 34-44 лет – 32%, доля покупателей до 18 лет – 0,8% [2].

Цифровые платформы способствуют оперативному обмену информацией между производителем и потребителем, мгновенному совершению торговых сделок и снижению транзакционных издержек.

Использование цифровых платформ, таких как Яндекс.Такси, налаживает процесс эффективного взаимодействия между субъектами бизнес-сообщества.

В третьем квартале 2020 г. консолидированная выручка Яндекс.Такси составила 58,2 млрд. руб., в процентном соотношении выросла на 30%. При этом, от всей выручки «Яндекса» 43% всей выручки приходится на нерекламную выручку. В третьем квартале реклама принесла компании выручку в размере 33,2 млрд. руб., увеличившись на 6%. Стоит отметить, что 31% всей выручки компании приходится на сегмент «Такси», с использованием цифровых платформ «Яндекс Go» и Uber, «Яндекс.Еда», «Яндекс.Лавка», «Яндекс.Драйв». Выручка «Яндекс.Драйва» составила 2,7 млрд. руб. и выросла на 28%. Выручка таких платформ, как «Кинопоиск», «Яндекс.Музыка», «Яндекс.Афиша», «Яндекс.Студия» и «Яндекс.Плюс» составила 1,77 млрд. руб., увеличившись на 92%. По другим платформам, таким как «Дзен», «Едадил», «Яндекс.Инвестиции», «Яндекс.Облако», «Яндекс.Образование» выручка составила 3 млрд. руб. и увеличилась на 50%. Увеличение выручки, в первую очередь, связано с режимом самоизоляции, когда наличие цифровых платформ позволило наладить образовательный процесс, совершать покупки в онлайн-режиме. Выручка таких сервисов как «Авто.ру», «Яндекс.Недвижимость» и «Яндекс.Работа» составила 1,58 млрд. руб. и выросла на 16% [3].

Цифровые платформы собирают, анализируют и хранят информацию обо всех субъектах бизнес-сообщества – о совершенных сделках, о наличии товаров и оказываемых услугах, о спросе на продукцию и уровне цен. Благодаря сбору и анализу данных на таких цифровых платформах имеется возможность прогнозировать потребительское поведение, уровень востребованности товаров и прогнозирование уровня цен на товары.

Исходя из вышесказанного, можем отметить, что цифровые платформы представляют собой инструмент взаимодействия субъектов бизнес-сообщества с целью снижения затрат и увеличения выручки, а также сбору и анализу данных для дальнейшего прогнозирования ситуации в рыночной экономике.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Изменения на AliExpress за год: двукратный рост среднего чека, спрос на дорогие товары, покупатели моложе 18 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://vc.ru/aliexpress/158567-izmeneniya-na-aliexpress-za-god-dvukratnyy-rost-srednego-cheka-spros-na-dorogie-tovary-pokupateli-molozhe-18> (дата обращения: 19.11.2020).
2. Идигова Л.М., Рахимова Б.Х. Кадры для цифровой экономики: востребованные специальности в условиях цифровизации национальной экономики // ВЕСТНИК КНИИ РАН, №3. 2020. С. 120-124
3. Идигова Л.М., Рахимова Б.Х. Цифровая экономика: зарубежный опыт и проблемы развития // ВЕСТНИК КНИИ РАН, №2. 2020. С. 178-185
4. Чистая прибыль Amazon за 9 месяцев выросла в 1,7 раз [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://1prime.ru/Financial_market/20201029/832243712.html (дата обращения: 19.11.2020).
5. «Яндекс» отчитался за квартал: сегмент «Такси» принёс почти треть выручки, выручка от рекламы снова растёт [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://vc.ru/finance/171298-yandeks-otchitalsya-za-kvartal-segment-taksi-prines-pochti-tret-vyruchki-vyruchka-ot-reklamy-snova-rastet> (дата обращения: 19.11.2020).

REFERENCES

1. Changes on AliExpress for the year: a twofold increase in the average check, demand for expensive goods, buyers under the age of 18 [Electronic resource]. Access mode: <https://vc.ru/aliexpress/158567-izmeneniya-na-aliexpress-za-god-dvukratnyy-rost-srednego-cheka-spros-na-dorogie-tovary-pokupateli-molozhe-18> (accessed: 11.19.2020).
2. Idigova L.M., Rakhimova B.Kh. Personnel for the digital economy: specialties in demand in the context of digitalization of the national economy // VESTNIK KNII RAN, № 2020. Pp. 120-124
3. Idigova L.M., Rakhimova B.Kh. Digital economy: foreign experience and development problems // VESTNIK KNII RAS, № 2020. Pp. 178-185
4. Amazon's net profit for 9 months has grown 1.7 times [Electronic resource]. Access mode: https://1prime.ru/Financial_market/20201029/832243712.html (accessed: 11.19.2020).
5. Yandex reported for the quarter: the Taxi segment brought in almost a third of revenue, advertising revenue is growing again [Electronic resource]. Access mode: <https://vc.ru/finance/171298-yandeks-otchitalsya-za-kvartal-segment-taksi-prines-pochti-tret-vyruchki-vyruchka-ot-reklamy-snova-rastet> (accessed: 19.11. 2020).