

Список використаних джерел

1. Dahlia Fernandez, Zaini Zainol, Hawa Ahmad. The impacts of ERP systems on public sector organizations *Procedia Computer Science*, Vol. 111, 31–36, (2017).
2. Olson, D., Johansson, B, Atem De Carvalho, R. Open source ERP business model framework. *Robotics and Computer-Integrated Manufacturing*, Vol. 50, 30-36 (2018).

Вишневецький О. С.

к.е.н.

Інститут економіки промисловості НАН України

ЦИФРОВІ ПЛАТФОРМИ ЯК ЯДРО ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Впродовж останнього десятиріччя індустріальний (промисловий) капітал втрачає свої позиції і йому на зміну приходить цифровий капітал. Три найбільш капіталізовані компанії в світі на початок вересня 2018 року належать до технологічного сектору (Apple, Amazon, Google). Їх акції сукупно оцінюються в більш ніж 2,8 трлн. дол. США, а це в 25 рази перевищує ВВП України за 2017 рік. Десять років тому вони навіть не могли потрапити в ТОП-30 найдорожчих компаній світу, де домінували фінансові конгломерати (HSBC Holdings, Bank of America, JPMorgan Chase) і широко відомі промислові корпорації (General Electric, ExxonMobil, Royal Dutch Shell, BP, Toyota Motor і ін.).

Таким чином актуальною є проблема вивчення базису цифровізації економіки, чому й присвячено проведення досліджень.

Сучасні технологічні компанії використовують як основу своєї бізнес-моделі цифрові платформи. У вузькому сенсі цифрова платформа являє собою онлайн майданчик (web-сайт), де дві або більше групи користувачів створюють один одному користність (цінність). Наприклад, на цифровій платформі Uber об'єднуються інтереси перевізників (водіїв таксі) і пасажирів. У платформній бізнес-моделі спостерігається перехід від використання власних ресурсів до використання ресурсів користувачів платформи або їх координації (наприклад, компанія Airbnb, на відміну від мережі Hilton, для задоволення потреби з короткострокової оренди

нерухомості використовує не власний житловий фонд, а майно користувачів платформи). Хоча не кожен сайт є цифровий онлайн платформою, але кожна глобальна цифрова онлайн платформа має web-інтерфейс. Наприклад, сайт zakupki.prom.ua є цифровий платформою – він поєднує інтереси виробників і замовників товарів і послуг, а звичайні сайти-візитки не є платформами.

Порівняння початкової моделі побудови бізнесу і поточних результатів Walmart і Amazon (входять в число провідних глобальних компаній в сфері рітейлу) дозволяє побачити відмінності в ефективності їх діяльності. Компанія Walmart розпочала свою роботу ще в 1962 році за часів, що передували епосі Інтернет і, на цей час, має понад 2,3 млн. співробітників по всьому світу. Її ринкова капіталізація на початок вересня становить близько 262 млрд. дол. США. Amazon був заснований на 22 роки пізніше (в 1994 році), в епоху становлення інтернет-бізнесів, і від початку проводив свою діяльність відповідно до моделі цифрової платформи. В компанії Amazon налічує близько півмільйона працівників, а ринкова капіталізація сягає 950 млрд. дол. США. Таким чином, Amazon, маючи в 4 рази менше співробітників, ніж Walmart, коштує в 3,6 рази дорожче.

Цифрові платформи є базисом не тільки електронної комерції та електронного бізнесу, але і всього спектру комунікацій в трикутнику бізнес-споживачі-держава.

В Україні, як і раніше домінують компанії, які представляють переважно аграрно-промисловий і гірничо-металургійний комплекси. Але відповідно до глобальних трендів також відбувається розвиток цифрових платформ. Тому спостерігаються численні приклади діяльності вітчизняних цифрових платформ [таблиця 1].

Однак жодна, зі створених в Україні платформ не змогла стати глобальною цифровою платформою та створити навколо себе відповідну бізнесову екосистему. Проведений аналіз ТОП-50 сайтів за відвідуваністю в Україні свідчить, що менше половини сайтів має вітчизняне походження [1].

Серед ТОП-10 сайтів за відвідуваністю в Україні дев'ять представляють іноземні компанії. Це переважно соціальні мережі (youtube.com, facebook.com, vk.com, ok.ru, instagram.com) і пошукові системи (google.com, yandex.ua). Єдиний вітчизняний сайт в

цьому рейтингу— urk.net, який представляє сферу «новини та медіа». У другій десятці ситуація трохи краща, там вже можна знайти privatbank.ua, prom.ua і rozetka.com.ua, які є повноцінними цифровими платформами. У решті ТОП-50 сайтів за відвідуваністю можна зустріти ще ряд українських компаній, які, переважно представляють сферу новин (sensor.net.ua, obozrevatel.com, korrespondent.net, segodnya.ua) і торгівлю (rozetka.com.ua, kidstaff.com.ua). Однак має місце тенденція до скорочення кількості вітчизняних цифрових платформ серед найбільш відвідуваних сайтів в країні. Якщо рік тому з ТОП-50 сайтів за відвідуваністю 50% були українськими, то зараз менше 40%.

Таблиця 1

Приклади цифрових платформ в Україні відповідно до базових моделей комунікацій

Суб'єкт (Виробник товарів і послуг)	Об'єкт (споживачі товарів і послуг)		
	Бізнес	Споживачі (домогосподарства)	Уряд
Бізнес	Модель бізнес для бізнесу Електронні комерційні закупівлі (Rialto, Zakupki.prom.ua)	Модель бізнес для споживачів Інтернет магазини (Rozetka, MakeUp, Prom.ua)	Модель бізнес для уряду Електронні державні закупівлі ProZorro
Споживачі (домогосподарства)	Модель споживачі для бізнесу Цифрові біржі праці (Work.ua, Rabota.ua)	Модель споживачі для споживачів Онлайн сервіси замовлення послуг (https://kabanchik.ua)	Модель споживачі для уряду Цифрові платформи для подачі петицій, визначення пріоритетних громадських проектів (https://gb.kyivcity.gov.ua/)
Уряд	Модель уряд для бізнесу Можливість подання звітності в електронному вигляді	Модель уряд для споживачів Державні цифрові послуги для громадян (https://igov.org.ua/)	Модель уряд для уряду Електронний уряд.

Важливим обмеженням для зростання українських цифрових платформ є їх націленість на локальний ринок, в той час як у закордонних сайтів велика частина трафіку формується поза країною їх походження. Наприклад, у facebook.com більше 80% трафіку формується поза США, а вітчизняні цифрові платформи

забезпечують собі більше 90% трафіку за рахунок користувачів в Україні. Наприклад, ukr.net отримує 93% трафіку з України.

Підбиваючи підсумки можна зробити висновок, що використання цифрових платформ призводить до збільшення повноти інформації на ринку, підвищення довіри між контрагентами через прозорість транзакцій і створює можливості для відродження епохи вільної конкуренції на принципово новій технологічній основі. Одночасно цифрові платформи стають ядрами глобальних цифрових інформаційних екосистем, поєднуючи віртуальний і реальний світ. Тобто змінюється парадигма створення та розвитку успішного бізнесу і саме цифрові платформи перетворюються у точки зростання соціально-економічних систем.

Перспективи появи в Україні глобальних цифрових платформ вкрай малоімовірні. З одного боку, немає повноцінного джерела для інвестицій всередині країни і вагомого політичного лобі для всього цифрового сектора. З іншого боку, зростаючий ІТ-сектор не націлений на кінцевих споживачів (обслуговує іноземні компанії), а наявні компанії не мають можливостей для глобальної експансії.

Список використаних джерел

1. Ляшенко В.І. Цифрова модернізація економіки України як можливість проривного розвитку: монографія / В.І. Ляшенко, О.С. Вишневський; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. – Київ, 2018. – 252 с.

Вієцький О. А.

аспірант

Інститут економіки промисловості НАН України, Київ

ПУБЛІЧНІ ЗАКУПІВЛІ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Сучасні умови цифрового розвитку світової економіки впливають на процеси трансформації системи публічних закупівель. З одного боку, цифровізація впливає на сам процес публічних закупівель. З іншого боку, публічні закупівлі можуть виступати інструментом стимулювання подальшого розвитку цифрової економіки.