2/2022,
mart-aprel
(№ 00058)

ГЛОБАЛ БОЗОРЛАР ТРАНСФОРМАЦИЯСИГА РАҚАМЛИ ПЛАТФОРМАЛАР ИНИЪКОСИ

Абидов Абдужаббор Абдухамидович
Тошкент давлат иқтисодиёт университети доценти, т.ф.н., Тошкент, Ўзбекистон. abidov53@list.ru

Мирзаахмедов Дилмурод Мирадилович
Тошкент давлат иқтисодиёт университети катта ўқитувчиси. Тошкент, Ўзбекистон. echo19_87@mail.ru
Article DOI: 10.55439/EIT/vol10_iss2/a35

Аннотация
Мақола глобал платформаларни шакллантиришнинг асосий ёндашувлари ва амалиётларини таҳлил қилишга бағишланган. Дунё бозорлари трансформацияси ва халқаро рақобат шароитларини ўзгартириш учун глобал рақамли платформаларнинг стратегик аҳамиятини баҳолаш кўрилади. Халқаро миқёсда тараққиёт рақамли платформалар самарасини таъкидласа-да, "платформатизация" оқибатларидан худудлардаги ишлаб чиқариш ва жаҳон савдосида ривожланаётган мамлакатлар учун келиб чиқадиган асосий муаммолар ва тенгсизлик юзага келаётгани ҳам баён қилинган.
Калит сўзлар: рақамлаштириш, глобал рақамли платформа, тармоқ эффектлари, трансмиллий компанияар, бизнес моделлари.

Аннотация
Статья посвящена анализу основных подходов и практик формирования глобальных платформ. Рассмотрено стратегическое значение глобальных цифровых платформ для трансформации мировых рынков и изменения условий международной конкуренции. В то время как развитие на международном уровне подчеркивает эффективность цифровых платформ, также было заявлено, что последствия «платформатизации» представляют собой серьезные проблемы и неравенство для развивающихся стран в региональном производстве и мировой торговле.
Ключевые слова: цифровизация, глобальная цифровая платформа, сетевые эффекты, транснациональные корпорации, бизнес-модели.

Abstract
The article is devoted to the analysis of the main approaches and practices of the formation of global platforms. The strategic importance of global digital platforms for the transformation of world markets and changes in the conditions of international competition is considered. While development at the international level highlights the effectiveness of digital platforms, it has also been stated that the consequences of "platformization" present serious challenges and inequalities for developing countries in regional production and global trade.
Key words: digitalization, global digital platform, network effects, transnational corporations, business models.

Кириш

Рақамлаштириш ва рақамли ўзгартириш шарти-тамойили туфайли сўнгги ўн йил ичида глобал рақамли платформаларнинг ривожланиши, бутунлай ишлаб чиқариш омиллар замонавий халқаро ҳаракатни мувофиқлаштириш тизими, шунингдек,

мамлакатлар ва хусусий анъанавий кўп миллий компаниялар халқаро ихтисослашув тизимини трансформация қилади. Уларнинг бизнес моделлари ўзгаришга ва халқаро меҳнат тақсимотининг янги тизимига қўшилишга мажбур. Буларнинг барига рақамли иқтисодиётнинг ривожланиш трендининг калити сифатида маълумотлар ва рақамли интеллектга қаратилган бизнес моделли бир нечта салмоқли глобал рақамли платформалар пайдо бўлгани ва уларнинг ниҳоятда тезликда ўсиши сабаб бўлди [2]. Натижада, бозор капиталлашуви бўйича дунёдаги энг йирик компанияларнинг рейтинги сезиларли ўзгаришларга дуч келди: агар ўн йиллар олдин нефт ва газ саноати ва машинасозлик соҳасида кўп миллий компаниялар ҳукмронлик қилган бўлса, бугунги кунда рақамли интеллект ва маълумотларга ихтисослашган компаниялар етакчиларга айланди, ҳамда, ҳатто уларнинг ихтисослашуви ҳам ўзгариб бораяпти. Чунончи, илгари улар фақат Интернет компаниялари (масалан, Google, Facebook) ёки дастурий таъминот ишлаб чиқувчилар (Microsoft, Apple) эдилар, холос.

Мавзуга оид адабиёт таҳлили

Ихтисослашувдаги ушбу муҳим ва мисли кўрилмаган тез ўзгариш анъанавий ва ривожланаётган бозорларда товарлар ва хизматлар учун ултрадинамик халқаро рақобатни акс еттиради. Шуни таъкидлаш керакки, сўнгги ўн йил ичида платформа бизнес моделларининг кучидан фойдаланадиган корхоналар ҳажми ва миқёсида сезиларли даражада ўсди. Платформа экотизимлари маҳсулотлар, хизматлар ва бизнес жараёнларини рақамлаштириш орқали кучайтирилмоқда ва глобал ландшафт ҳозирги кунда ўзгариб бормоқда [2].

Рақамлаштириш қуйидаги соҳаларда глобал бозорлар тузилишини шакллантириш бўйича чуқур таъсир кўрсатади:

– дезинтермедиация, рақамлаштириш рақамли платформалар орқали бевосита талаб ва таклифни боғлайди (воситачилик рад);

– анъанавий соҳаларда майда ўйинчилар сонини ўсиши (рақамлаштириш – сезиларли даражада, айниқса, истеъмол товарлари ва хизматлар соҳасида, кўп бозорларига кириш учун тўсиқларни камайтирди [4]; кичик бизнес осонлик билан паст нархлардаги катта истеъмол базасига уланяпти, бу нарса йирик компаниялар ҳукмронлигини ўсиб бораётган майда фирмалар таъсири тарафига ўзгартирди;

– глобал платформалар орасида ўсиб бораётган олигополия: анъанавий тармоқларда тўсиқлар паст бўлса-да улар янги соҳаларда, айниқса рақамли платформаларда юқори ва фақат бир нечта фирмалар ҳукмронлик қилиши мумкин. Мисол учун, Alibaba ва Тенсент мобил тўловлар секторига ҳукмронлик қилади ва молиявий хизматлар таъминот занжирининг бошқа қисмларига бўлинади [21]. Бу тузилиш кўлами ёки "ахборот кўлами" туфайли иқтисод қилиш орқали афзаллиги бор, лекин у ҳам рақобат йўқлигидан нарх бузилишларига(нархлар устида ўйин қилишларга) олиб келиши мумкин.

Рақамли платформаларда янги ландшафт пайдо бўлди: улар иккита асосий гуруҳга бўлинади – фойда келтирадиган ва нотижорат платформалар [18]. Нотижорат платформаларнинг ҳажми фойдага йўналтирилган платформаларга нисбатан аҳамиятсиз бўлиши мумкин. Uber электрон тижорат платформа сифатида ҳам таснифланади (транспорт хизматлари онлайн буюртма қилинади) ва "gig work "деб (бу доимий эмас, бир марталикни ишни англатади) юритилади. Худди шундай, Airbnb (маҳсулотлар ёки товарларни жойлаштириш онлайн буюртма қилинади) е-тижоратни ўз ичига олади ва у ҳам " “gig work" вакили ҳисобланади. Баъзи платформалар кўп мақсадли ҳисобланади.

Платформалар жисмоний ресурслардан ёки вақтдан самарали фойдаланиш имконини беради. Кўпинча мобил иловалар орқали кириш қулай, улар таклиф ва талабни илгари мавжуд бўлмаган (тезроқ, арзонроқ ва мувофиқлаштиришни

осонлаштирадиган), шу жумладан географик ҳудудларидан қатъий назар хизмат қилиш секторларини бирлаштиради.

Платформанинг ноёб ва асосий хусусияти тармоқ эффектлари (платформанинг кўплаб фойдаланувчилари кўпроқ фойдаланувчиларни яратади ва натижада платформанинг қиймати ошади), унинг динамикаси П. Эванс ва А. Гавер томонидан "ўз-ўзини қувватловчи ўсиш цикли" [10] тарзида кўрсатилган. Энг муваффақиятли платформаларнинг рақобат устунликлари Интернетга "глобал мавқеда уланиш" ва дастурий инжиниринг ҳисобланади [9].

Ушбу тармоқ эффектлари тўғридан-тўғри (масалан, Facebook фойдаланувчилари сонининг кўпайиши) ёки билвосита бўлиши мумкин, платформанинг бир томонида фойдаланувчилар сонининг кўпайиши уларни бошқа томонда ўсишига олиб келади (видео ўйин фойдаланувчилари ортиши уларни ишлаб чиқувчиларининг ўсишига олиб келади).

Тадқиқот методологияси

Тадқиқотнинг методологик базаси ижтимоий-иқтисодий ҳодисалар ва уларнинг ривожланиши, ўзаро боғлиқлик ва ўзаро боғлиқликдаги илмий тадқиқотларни тақдим этишга имкон берадиган тизимли ва таҳлилий ёндашувдир. Тадқиқот методологияси рақамли платформаларнинг жаҳон бозорига инъикоси баробарида ҳосил бўлаётган платформатизм концепцияси, глобал рақамли платформаларини тараққиёти ва самарали ишлаши соҳасидаги замонамизнинг етук олимларининг нашрларида акс эттирилган янги билимлар, илмий ютуқлар тамойиллари билан белгиланади.

Ушбу мақолани ёзиш пайтида мантиқий, қиёсий, иқтисодий ва математик таҳлил усуллари қўлланилган.

Таҳлил ва натижалар

Рақамли платформаларнинг асосий хусусиятларидан бири – фойдаланувчиларнинг турли гуруҳлари ўртасида оралиқ инфратузилмани таъминлашдир; тармоқ таъсирига қарамлилик кўп фойдаланувчилар янада кўпроқ фойдаланувчиларни келтириб чиқариши сифатида монопол тенденцияларга олиб келади; ўзаро субсидиялашдан фойдаланиш (фирманинг бир бўлинмаси маҳсулот ёки хизмат нархини пасайтиради, бу эса бошқа бўлинмада нархларнинг ошиши билан қопланади). Платформалар, шунингдек, иш жойлари ва хизматларни аутсорсингга тақдим этиши мумкин. Бундан ташқари, платформа эгалари маҳсулот ва хизматларни ишлаб чиқиш қоидаларини, шунингдек, бозор билан ўзаро ҳамкорликни, яъни эркин фойдаланиш шартлари ва нархларини белгилайди. Рақамли платформаларнинг энг муҳим қиймати фойдаланувчилар томонидан чиқарилган маълумотлар билан боғлиқ бўлиб, улар учинчи томонларга таҳлил қилиниши, ишлатилиши ва сотилиши мумкин.

Рақамли платформаларнинг тез ўсадиган табиати 2015-2017 йилларда 4,3 дан 7,2 трлн долларгача бўлган бозор капиталлашувининг портловчи ўсиши билан тасдиқланади, еттита суперплотформали компаниялар ушбу қийматнинг тахминан 2/3ни ташкил қилади. Мазкур платформаларидан ҳар бирининг бозор капиталлашуви 250 млрд доллардан ошди ва 2019 йилда Apple, Microsoft ва Amazon учун бу кўрсаткич 1 трлндан ошди [8, 14, 17]. Шу билан бирга, платформаларни шакллантириш шартлари рақамли равишда фарқ қилади, бироқ улар маълумотларни назорат қилиш ва бозор ҳукмронлигининг бир хил мақсадларига эришадилар. Платформалар ҳосил бўлишида, АҚШда эркин бозор муҳити бор бўлиб, давлат томонидан қўллаб-қувватлаши чора-тадбирлари ҳам бисёр эди. Хитойда, платформалар яратишни қўллаб-қувватлашда мамлакатнинг агрессив давлат сиёсати ҳукмронлик қилди. Шу жумладан, бу тадбирларга мамлакатнинг ички платформа яратган компанияларини рақобатдош ташқи глобал платформалардан ҳимоя қилиш ҳам киради [5, 16].

Бир қатор глобал рақамли платформаларнинг бозорда етакчи бўлиб олишига бир неча асосий омиллар сабаб, улар орасида, монополизацияга эришишнинг энг муҳим ютуғи қуйидагиларда ҳисобланади:

1) тармоқ таъсири, қачонки кўп фойдаланувчилар негизида янада кўпроқ фойдаланувчилар қўшилади, натижада, платформа ўсади ва янги фойдаланувчилар рақобатчиларни суриш учун энг катта платформага интилишади;

2)маълумотларни олиш, таҳлил қилиш ва бошқариш учун платформаларнинг ажойиб қобилияти (платформаларнинг воситачилик функцияси уларга анъанавий компанияларда мавжуд бўлмаган барча ўзаро алоқа, фаолиятлар тўғрисидаги маълумотлар тўплашга имкон беради ва бу маълумотлар рақамли билимларга айлантирилиши, харажатларни камайтириши, рақобатчиларга нисбатан маҳсулотларни яхшилаши мумкин). Адабиётларда кўрсатилишича, глобал платформаларнинг бизнес-моделларига путур етказадиган туб технологик ўзгаришлар бўлмаганида, уларнинг муваффақияти "тармоқ эффектларининг виртуал цикллари" га асосланади [17].

Транзакцияда иштирок етган воситачилар ёки фойдаланувчиларга қараб, рақамли платформалар "истеъмолчидан истеъмолчига", "бизнесдан бизнесга", "бизнесдан истеъмолчига" ёки "бизнесдан ҳукуматга" ташкил этилиши мумкин. Турли мезонларга асосланган бошқа платформалар типологиялари мавжуд. Масалан, қуйидаги турларга ажратилади: реклама платформалари (Facebook ёки Google), булут платформалар (Amazon Web Services), ишлаб чиқариш платформалари (General Electric, Siemens), маҳсулот платформалари (Rolls Royce, Zipcar) ва "таянч" платформалар (Airbnb ёки Uber) [15]. JP Morgan мутахассислари меҳнат платформалари (Uber ёки TaskRabbit) ва капитал (eBay ёки Airbnb) ўртасидаги фарқни ажратишади [11], бошқа тадқиқотчилар P. Evans ва A. Gawer – транзакцион, инновацион, ва интеграциялашган инвестицион платформалар тўғрисида келтиришади [10]. Бундай таснифларнинг нафи улардан фойдаланиш мақсадига боғлиқ.

Умуман олганда, қиймат яратиш нуқтаи назаридан бир неча турдаги платформалар кўрсатилади, масалан, транзакцион платформалар − кўпчиликни ташкил қилади, аммо улар бозор капиталлашуви жиҳатидан кам ҳажмли, инновацион ва интеграция платформалар эса аксинча гигант ҳисобланади, гарчи улар сони оз бўлса ҳам (1-жадвал).

1-жадвал

Қиймат яратиш бўйича платформаларнинг асосий турлари

№	Платформа тури	Платфор-малар сони	Бозор капиталла-шуви, млрд долл.	Мисоллар
1	Транзаксион платформалари	160	1100	eBay, Uber, Amazon Marketplace
2	Инновацион платформалар	5	911	Microsoft, Oracle, Intel, SAP and Salesforce
3	Интеграция-лашган платформалар	6	2000	Apple, Google, Facebook, Amazon, Alibaba and XiaoMi
4	Инвестицион платформалар	5	(3100)	Priceline Group (АҚШ), Softbank (Япония), Naspers (ЮАР), IAC Interactive (АҚШ), Rocket Internet (Германия)
5	жами	176	4210	

Манба: [10, 3, 4, 7, 12, 13, 17] олинган

*Бу ерда компаниялар ва маҳсулотларни ажратиб кўриш керак: бир компания (мисол учун Google) транзакцион (масалан, Google Search, Gmail) ва инновацион (Android, Google API) платформалар бўлиши мумкин бўлган бир нечта маҳсулотни таклиф қилиши мумкин.

Транзакцион платформалари – "универсал бозорлар" номида юритилиб, бу платформалар сотувчилар ва харидорлар ўртасидаги ўзаро алоқаларни соддалаштиради.

Инновацион платформалар – асоси технология, ва бу платформаларда, турли мамлакатлардаги кўплаб инноваторлар бир "платформа инновацион экотизимини" шакллантириш, янги маҳсулотлар/хизматларни ишлаб чиқиш мумкин. Инновацион платформага уланадиган инноваторларнинг потенциал сони чекланмаган.

Интеграциялашган платформалар – бир вақтнинг ўзида инновацион ва транзакция платформалардир

Инвестицион платформалар – платформа портфели стратегиясини ишлаб чиқиш компанияларини ўз ичига олади, платформа бир холдинг компанияси ва / ёки инвестор сифатида ҳаракат қилади.

Шу билан бирга, алоҳида ҳудудлар ўз ихтисослашувини ривожлантирдилар: Осиё электрон тижорат платформалари кўрсаткичида (Ҳиндистон, Хитой ва Японияда тез муддатларда тарқалиши туфайли) ва Қўшма Штатлар – интеграциялашган ва инвестиция платформалари сонида етакчи. Умуман олганда, инвестиция платформалари бошқа турлардан ажралиб туради ва ҳатто платформалар эмас, балки платформа компанияларида эрта инвестиция стратегиясини амалга оширади. Яъни, масалан, Priceline Group гуруҳи (1-жадвал) Booking.com, Priceline.com, Kayak.com, Rentalcars.com, OpenTable ни ўз ичига олади. Инвестиция платформасининг афзаллиги унинг барча брендлардан фойдаланувчилар учун ички инфратузилма ва имкониятларни тақдим етиш, хизматларни алоҳида мамлакатлардаги фойдаланувчиларнинг талаблари ва имтиёзларига мослаштиришидадир. Бундай платформанинг портфели табиати тажриба ва инновацияларни самарали алмашиш имконини беради.

Платформаларнинг стратегик мақсадлари халқаро компанияларнинг корпоратив стратегияларининг анъанавий мақсадларидан фарқ қилади, чунки улар ўз фирмасидан ташқарига чиқади, лекин қиймат занжирининг энг самарали амалга оширилишига ёрдам берадиган платформа ҳамкорларининг бутун экотизимини қўллаб-қувватлашга қаратилган [1,13]. Платформа экотизимини бошқариш платформага кириш субъектларини ажратиш, улар орасидаги қийматни тақсимлаш ва низоларни ҳал қилиш усулларини ўз ичига олади [6]. Бу платформалар ва анъанавий бизнес моделлари ўртасидаги фарқ тезкорлик, самарали ҳамкорлик ва инновациялар кўламидадир. Иккинчидан, платформалар инновацияларни тезлаштириш қобилиятини ҳам очди (Apple фақат ички ишлаб чиқувчилар суянганда 200 мамлакатлардаги мижозларга эриша олмаслигини тан олади).

Кенг кўламли тадқиқотлар (P. Evans, A. Gawer) 176 платформа компаниясини 4,3 трлн доллар бозор капиталлашуви билан аниқлади, уларнинг 82 таси Осиёда ва 64 таси Шимолий Америкада жойлашган (платформалар қийматининг 72% Шимолий Америкада ва Осиёда эса фақат 22%). Мулкчилик шакли мезони асосида 69 та платформа – давлат компаниялари (акционерлик жамиятлари), 107 таси эса

хусусийдир (уларнинг аксарияти нисбатан ёш, тез ўсувчи компаниялар). Оммавий платформалар битимлар катта ҳажми билан ифодаланади ва уларнинг бозор қиймати 3,9 трлн доллардир. Бу кўрсаткич, хусусий платформалар учун 0,3 трлн доллар бўлиб сезиларли даражада фарқ мавжуд [10, 3,11].

Рақамли платформаларнинг кўпчилиги фақат иккита минтақада – Осиё ва Шимолий Америкада концентрация қилингани, ҳатто ривожланган мамлакатларнинг ҳаммаси ҳам рақамли трансформациядан тўлиқ фойдалана олмаслигини кўрсатади.

Маълумки, глобал рақамли платформаларнинг ривожланиши катта маълумот таҳлиллари ва сунъий интеллект соҳасида сезиларли тараққиёт билан белгиланади, бу эса истеъмол ва қўллаш имтиёзлари таркибида туб ўзгаришларга олиб келди. Платформаларнинг бизнес моделлари ва ўзаро фойдаланиш иқтисодиёти хўжалик юритувчи субъектлар ўртасида воситачисиз тармоқлар ҳосил бўлишига олиб келди [7]. Шу асосда, ишлаб чиқариш, истеъмол, алмашиш ва товарларни тақсимлаш иерархик, маҳкам марказлашган бошқарув моделлари фойдаланмаган ҳолда горизонтал бир рангдаги даражада амалга ошириладиган портлаш юз берди (“peer-to-peer economy” ёки P2P – иқтисодиёти) [3].

Рақамли платформаларни ривожланиш йўналишлари: режа ва истиқбол

Тадқиқотчилар бундай саноат жойлаштириш ва такси каби соҳаларда ҳамкорликдаги истеъмол учун платформалар кенг ривожланишига ишора, ва масалан, Uber каби платформалар, энг тез ривожланаётган "умумий йўловчи" платформалари фаолиятини баён қилиб, дунёдаги аморф, ноқулай ва қиммат такси бозорлари бузилганини баён қилишади [20]. Илгари платформаларга ўтказилган хизматлар анъанавий саноат (меҳмонхоналар, ресторанлар, такси компаниялари) компаниялари томонидан тақдим этилган. Ўзаро фойдаланиш платформаларининг бизнес моделлари истеъмолчилар ва инвесторлар томонидан ижобий баҳоланади. Бунинг сабаби шундаки, бундай моделлар "енгил активлар" услубига асосланган ва келажакда катта бозорларни эгаллашга ёрдам бериши мумкин ва иқтисодий адабиётда кенг тарқалган янги иштирокчиларга кириш учун тўсиқ бўлиб хизмат қиладиган махсус рақобат афзалликлари туфайли узоқ вақт давомида жуда фойдали бўлиб қолиши мумкин [2].

Умуман олганда, ривожланаётган мамлакатлар рақамли иқтисодиётда ортда қолиши мумкин бўлган бир қатор хавфлар мавжуд. Глобал платформаларнинг инновацион имкониятлари ошгани сайин, маҳаллий инновацион экотизимларни ривожлантириш қобилиятини йўқотиши мумкин, чунки ишлаб чиқувчи ресурслар ва имкониятлар бошқа ҳудудлар учун технологияларга кўпроқ эътибор беради.

Глобал рақамли платформалар орасида рақобат динамикаси географик жиҳатдан кўп қатламли ва платформаларнинг кенгайишига таъсир қилади. Ривожланаётган мамлакатларнинг бошланғичлари маҳсулот тоифалари ва бозорлари учун глобал платформалар билан рақобатлашиши қийин. Шунинг учун, бошланғичлар глобал платформалар истамаган ёки хизмат қила олмайдиган бозорларни излашга мажбур.

Платформалар ҳақида кенг тарқалган нотўғри тушунчалардан бири : – бозор сизнинг райингизга, измингизга тушиб қолса, узоқ муддат ғолиб бўламан, деб фикр қилишдадир. Аслида, кўпинча шундай. Бироқ, мижознинг афзал кўрган хизматларини бошқача тарзда – ғолибни йўқ қилиш, бозордан чиқариб ташлаш имконияти сифатида ўзгаришни кўпчилик рақиблар истайди [22].

Хулоса ва таклифлар

Тадқиқотларимиз шуни кўрсатдики, рақамли платформалар глобал бозорларни ўзгартириши ва рақобатни кучайтириши, истеъмолчилар ва умуман жамиятнинг фаровонлигини ошириши мумкин. Бироқ, улар анъанавий корхоналар томонидан адолатсиз рақобатчилар сифатида қабул қилиниши мумкин, чунки платформалар одатда бир хил тартибга солиш талабларига жавоб бермайди. Бу ўринда меҳнат платформаларридаги адолат нуқтаи назаридан ижтимоий ҳимоя масалалари [1] учун ҳаракат ва тадбирлар ишлаб чиқиш лозимдир. Бутун дунёдаги монополияга қарши ҳокимият платформа иқтисодиётини ортиқча тартибга солишга қарши бўлиб, унинг потенциал фойдасини камайтириши мумкин.дунёни эгаллаб олган браузерлар хизмати ва кўрсаткичлари [23,24] бу вазиятни тасдиқлаб турибди.

Рақамли платформалар негизида фаолият юргизадиган тадбиркорлар учун меҳнат кооперативларини ташкил этиш ва ҳуқуқий ҳимояни йўлга қўйиш муҳим ҳисобланади. Платформа кооперативлари янги ҳодиса бўлганлиги сабабли, улар тўғридан-тўғри тартибга солинадиган аниқ белгиланган юридик шахслар билан боғлиқ эмас. Аксарият рақамли меҳнат кооперативлари Европа Иттифоқи ва Қўшма Штатларда ишлайди ва ўз мамлакатларининг ишлаб чиқариш кооперативларига оид қонунлари билан бошқарилади [1].

Анъанавий фирмалар учун платформалар дизайнида асосий ўрин эгаллайди: энг мураккаб ахборот тизимларини шакллантиришни ўз ичига олган технологиялар, машинани ўрганиш усуллари ва сунъий ақл; мураккаб рақамли экотизимни ташкил этиш; ташкилий капитал ва бошқарув тизимларини ишлаб чиқиш ва ривожлантириш. Ички назорат учун марказлаштирилган ёндашув бу ҳолатда етарли бўлмайди, чунки нархнинг аксарияти компаниянинг анъанавий чегараларидан ташқарида яратилади.

Рақамли платформа муҳити рақобат учун хавфли бўлиши мумкин. Тармоқ эффектлари натижасида платформалар бозор кучига эга бўлиши ва ўзларининг устун мавқеини суиистеъмол қилишса, масалан, етказиб берувчиларга эксклюзивлик битимларини қўйиш ёки рақобатчиларга нисбатан йиртқич нархлашни амалга оширишлари мумкин. Таклиф ўрнида, рақамли платформаларнинг экспанциясини тўхтатиб бўлмас экан, ички бозорни ҳимоя қилиш ва экотизимларга мувофиқ келадиган ахборот-коммуникация технологияларини яратиш лозимки, фақат фойдаланувчи мақоми республика иқтисодиётини янада орқага тортиш хавфи бор.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Абидов А.А., Норбоева Н. Кооператив меҳнат платформалари: ижтимоий тад биркорликни янги шакли мақомида. “Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar” (Econom ics and Innovative Technologies) ilmiy elektron jurnali. 1/2022, yanvar-fevral (№ 00057). −3 24-331 с.
2. Смирнов Е. Н., Лукьянов С. А. Формирование и развитие глобального рынка с истем искусственного интеллекта // Экономика региона. – 2019. – Т. 15, вып. 1. – С. 58.
3. Стратегии развития международного менеджмента в условиях глобализаци: колл. Монография. - Ставрополь: Логос, 2019. – 301 с.
4. Цифровая экономика и искусственный интеллект: новые вызовы современно й мировой экономики: монография / под ред. К.В. Екимовой, С.А. Лукьянова, Е.Н. Сми рнова. – М.: Издательский дом ГУУ, 2019. – 180 с.

5. Bieliński, T. (2018). Competition between Chinese and United States companies in the Internet market. Interdisciplinary Political and Cultural Journal, 22 (1): 137-152.

6. Boudreau, K., Hagiu, A. (2009). Platform Rules: Multi-sided Platforms as Regulator s, in A. Gawer (Ed.), Platforms, Markets and Innovation, Edward Elgar, Cheltenham, UK and Northampton, Mass, 163-191.

7. Caldieraro, F., Zhang, J.Z., Cunha, M.Jr., Shulman, J.D. (2018). Strategic informatio n transmission in peer-to-peer lending markets. Journal of Marketing, 82(2): 42-63.

8. Dutch Transformation Forum (2018). Unlocking the value of the platform econom y. Mastering the good, the bad and the ugly, November.

9. Evans, D.S., Hagiu, A., Schmalensee, R. (2008). Invisible Engines: How Software Pla tforms Drive Innovation and Transform Industries. MIT Press, Cambridge, MA, 395 p.

10. Evans, P., Gawer, A. (2016). The rise of the platform enterprise: A global survey. The Emerging Platform Economy Series, 1. The Centre for Global Enterprise, New York, NY, 29 p.

11. Farrell, D., Greig, F. (2016). Paychecks, Paydays and the Online Platform Econom y: Big Data on Income Volatility. JP Morgan Chase and Company, 40 p.

12. Gawer, A. (2014). Bridging differing perspectives on technological platforms: To ward an integrative framework. Research Policy, 43(7): 1239-1249.

13. Gawer, A., Cusumano, M. (2014). Industry Platforms and Ecosystem Innovation. J ournal of Product Innovation Management, 31(3): 417-433.

14. Microsoft Hits $1 Trillion Market Wall Street Journal (2019). Value for First Time, 25 April. URL: https://www.wsj.com/articles/microsoft-hits-1-trillion-market-value-for-first -time-11556201153 (дата обращения: 28.01.2020).

15. Srnicek, N. (2017). Platform Capitalism. Polity Press, Cambridge Malden, M.

16. Thun, E., Sturgeon, T. (2017). When global technology meets local standards: Re assessing the China’s mobile telecom policy in the age of platform innovation. In: Brandt L a nd Rawski T, eds. The Impact of Industrial Policy and Regulation on Upgrading and Innovati on in Chinese Industry. Cambridge University Press, Cambridge.

17. UNCTAD (2019). Digital Economy Report 2019. Value Creation and Capture: Imp lications for Developing Countries. United Nations Publications, New York, 173 p.

18. UNCTAD. (2018). Fostering development gains from e-commerce and digi- tal p latforms, Note by the UNCTAD secretariat, TD/B/EDE/2/2, Geneva, 14 February, 18 p.

19. Weber, S. (2017). Data, development, and growth. Business and Politics, 19(3): 3 97-423.

20. Wirtz, J., Kam Fung So, K., Mody, M.A., Liu, S.Q., Chun, H.H. (2019). Platforms in the peer-to-peer sharing economyбю, Journal of Service Management, 30(4): 452-483.

21. Zhang, L., Chen, S. (2019). China’s Digital Economy: Opportunities and Risks, IMF Working Paper Series, WP/19/16, 24 p.

22. M. A. Cusumano, A. Gawer, D.B. Yoffie.The Business of Platforms: Strategy in the Age of Digital Competition, Innovation, and Power Kindle. Harper Business; Illustrated edit ion (May 7, 2019)

23. https://marketer.ua/stats-of-browsers/

24. https://stv.uz/news/newsuz/7114-nazvany-samye-populyarnye-internet-resursy.html