

RAQAMLI PLATFORMALARNING KORXONALAR MARKETING FAOLIYATINI SAMARALI TASHKIL ETISHDAGI AHAMIYATI

Qulmatova Sayyora Safarovna
TDIU Raqamli iqtisodiyot kafedrası PhD

Annotatsiya

Raqamli platformalar bu – mavjud xizmatlar to‘plamiga buyumlar Interneti va foydalanuvchilar, ko‘p sonli boshqa platformalar kirishini ta‘minlash uchun ochiq interfeysga ega axborot tizimlaridir. Raqamli iqtisodiyotni rivojlantirishdagi eng muhim jihat sifatida bu biznes muhitida hamda odamlar va kompaniyalar muloqotini ishlashni soddalashtirish va xarajatlarni kamaytirish hisoblanadi. Ushbu maqolada raqamli platformalarning biznesdagi o‘rni va ularning turlari haqida yoritilgan.

Kalit so‘zlar: raqamli iqtisodiyot, raqamlashtirish, raqamli platformalar.

Аннотация

Цифровые платформы — это информационные системы с открытым интерфейсом, обеспечивающие доступ пользователей Интернета вещей и большого количества других платформ к набору существующих сервисов. Важнейшим аспектом развития цифровой экономики является упрощение и снижение издержек в бизнес-среде и коммуникации между людьми и компаниями. В данной статье описывается роль цифровых платформ в бизнесе и их виды.

Ключевые слова: цифровая экономика, цифровизация, цифровые платформы.

Abstract

Digital platforms are information systems with an open interface that provide users of the Internet of Things and a large number of other platforms with access to a set of existing services. The most important aspect of the development of the digital economy is the simplification and reduction of costs in the business environment and communications between people and companies. This article describes the role of digital platforms in business and their types.

Keywords: digital economy, digitalization, digital platforms.

KIRISH

Raqamli iqtisodiyotning muhim xususiyatlaridan biri bu platformalar va platformaga asoslangan mahsulotlar yoki xizmatlarning ortib borayotganligidir. Platformalar, asosan, tranzaksiyalar uchun vositachi hisoblanadi. Shu bilan birga, Internet kirish va iste'molchilarni qidirish xarajatlarini sezilarli darajada pasaytirdi, bu bozorlar hajmini sezilarli darajada kengaytirdi va iste'molchi kirishi mumkin bo'lgan korxonalar sonini keskin oshirdi. Raqamli platformalar bozordagi ziddiyatlarni sezilarli darajada kamaytirdi. Xususan, qidiruv, kirish, tashish va ko'paytirish xarajatlarining keskin qisqarishi platformalarning roli, innovatsiyalar qiymati va korxonalarning ma'lumotlar ehtiyojlari va iste'molchilarning shaxsiy hayoti o'rtasidagi muvozanatga chuqur ta'sir ko'rsatadi.

AGABIYOTLAR TAHLILI

Hozirgi paytda tarmoqlar va ma'lumotlarga asoslangan biznes modellari bilan raqamli platformalar, ayniqsa, bozorlar tobora muhim ahamiyat kasb etmoqda[1]. OECD ma'lumotlariga ko'ra va YUNESKO tomonidan keltirilgan internet vositachilari Internetda uchinchi shaxslar o'rtasidagi operatsiyalarni birlashtiradi yoki osonlashtiradi[5]. Ular Internetda uchinchi shaxslar tomonidan yaratilgan kontent, mahsulotlar va xizmatlarga kirish, joylashtirish, uzatish va indekslash imkonini beradi. Platformaning qiymati to'g'ridan to'g'ri muloqot qilish imkoniyatini taqdim etish va ishtirokchilar o'rtasidagi o'zaro ta'sir o'tkazish tartibini osonlashtirishdir[3]. Raqamli platforma bu – raqamli texnologiyalar to'plamidan foydalanish va mehnat taqsimotining o'zgarishi tufayli tranzaksion xarajatlarning kamayishiga olib keluvchi yagona axborot muhiti bilan birlashtirilgan bozor ishtirokchilarining ko'p sonli algoritmlashtirilgan munosabatlar tizimidir[6].

METODOLOGIYA

Yangi raqamli texnologiyalar korxonalar marketing faoliyatini tashkil qilishda qidiruv, kirish, tashish va ko'paytirish xarajatlarini keskin kamaytirib, iqtisodiy samaradorlikni oshirish uchun ulkan imkoniyatlarni ochib berdi, shuningdek, qidiruv xarajatlarining kamayishi ko'pincha yirik raqamli platformalar orqali almashishni osonlashtiradi[7]. Athey and Ellison tomonidan platformalarning iste'molchi qidiruviga rahbarlik qiluvchi axborot vositachilari sifatidagi ro'lini ko'rsatib berildi[2]. Bu modellarida platforma sotuvchilarga auksionlar orqali taqdim etiladigan ma'lum miqdordagi reklama pozitsiyalariga ega va sotuvchilar o'zlarining takliflari tartibida platformaga joylashtiriladi.

Oziq-ovqat mahsulotlarini onlayn xarid qilish va restoranlarga onlayn buyurtma berish ko'plab qulayliklar yaratgan. Raqamli platformalarning korxonalar marketing faoliyatini samarali tashkil etishda katta ahamiyati mavjud, bu vositachilarni raqamli iqtisodiyotda sotuvchilar va mahsulotlar o'rtasidagi operatsiyalarni osonlashtiradi.

Raqamli platformalar global bozorlarni o'zgartirishi va raqobatni kuchaytirishi, shu bilan birga, iste'molchilar va jamiyat farovonligini oshirishini quyidagi misollarda ko'ramiz. Sotuvchilar va mahsulotlar o'rtasidagi operatsiyalarni osonlashtirish uchun vositachilar, ya'ni Google, Amazon, Alibaba va Tencent kabi platforma kompaniyalar yuqori muvaffaqiyatlarga erishganligini ko'rish mumkin[4]. Birinchidan, xaridor mahsulot tanlash uchun juda katta sotuvchilar to'plamiga duch kelishadi. Sotuvchilarning strategiyasini va ularning pullik joylashuvini kutgan holda iste'molchilar platformadagi o'z pozitsiyalarining kamayish tartibida sotuvchilarga ketma-ket tashrif buyurishga undaydilar. Shunday qilib, platforma muvofiqlashtirish moslamasi sifatida iste'molchilarga yanada samaraliroq qidirish imkonini beradi, kamroq kutilgan qidiruv xarajatlari bilan moslikni topadi va yuqori sifatli sotuvchilarga ko'proq mijozlarga erishishga imkon beradi.

Google va Facebook to'g'ridan to'g'ri raqamli segmentga tegishli, Amazon, Alibaba haqiqiy tovarlarni sotish bilan shug'ullanuvchi platforma kompaniyalari hisoblanadi. Shuningdek, Uber va Airbnbga o'xshash kompaniyalarni innovatsion

raqamli texnologiyalar hamda raqamli biznes modellarga asoslangan raqamli platformalardir. Platformalarda ishlashning turli usullari mavjud. Misol uchun, Google qidiruv tizimi kalit soʻz auksionlarida gʻolib chiqqan sotuvchilarga homiylik havolalarini taqdim etadi. Iste'molchi sotuvchining havolasini bosganida, sotuvchi iste'molchi sotuvchidan qancha xarid qilganidan qat'i nazar, sotuvchi Googlega to'lovni amalga oshiradi. Boshqa tomondan, onlayn bozor turli sotuvchilarni qabul qilishi mumkin, ularning har biridan qat'iy xosting to'lovi yoki tranzaksiya summasining foizi sifatida komissiya olinishi mumkin. Amazon kabi onlayn-do'kon ham ko'p mahsulotli chakana sotuvchi, ham mustaqil sotuvchilar uchun bozordir: u mustaqil sotuvchilarni vositachi sifatida qabul qilgan holda turli xil mahsulotlarni o'zi sotadi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Iste'molchilar va iste'molchilar talabi haqidagi ma'lumotlar korxonalarga yangi yoki yaxshiroq mahsulotlarni loyihalash va ishlab chiqarishga yordam beradi. Shaxsiylashtirilgan ma'lumotlar, shuningdek, korxonalarga iste'molchilar ehtiyojlariga yaxshiroq mos keladigan mahsulotlarni taqdim etishda yoki mahsulot tavsiyalari yoki maqsadli reklama orqali xarajatlarini kamaytirishda yordam berishi mumkin. Korxonalarda raqamli ma'lumotlarning tez o'sib borayotgan hajmini platformalashtirish va monetizatsiya qilish qiymat yaratishga turtki bermoqda[8]. Ba'zi raqamli platformalar turli xil mahsulot va xizmatlarni bepul taqdim etayotgandek ko'rinadi, biroq bu tranzaksiyalar platforma egalari uchun qiymat yaratadi, chunki foydalanuvchilar va iste'molchilar ularga shaxsiy ma'lumotlarining turli jihatlarini (joylashuvi, afzalliklari, munosabatlari va shaxsiy xatti-harakatlari) taqdim etadilar.

Ikki tomonlama platformalar: ko'p qirrali platformalar sifatida ham tanilgan, ikkita alohida foydalanuvchi guruhini birlashtiradi va ular o'rtasidagi o'zaro aloqalarni osonlashtiradi[5]. Ushbu platformalar vositachi sifatida ishlaydi(Uber - sayohat xizmatlari, Amazon -elektron tijorat bozorlar, LinkedIn -ish izlovchilar va ish beruvchilar).

Uch tomonlama platformalar: uchta alohida foydalanuvchilar guruhini birlashtiradi. Ushbu platformalar murakkab ekotizimlarni yaratadi, bunda har bir tomon boshqalar bilan aloqa qilishdan foyda ko'radi (Mijozlarni, restoranlarni va etkazib berishni birlashtirish). Har uch tomonning o'zaro ta'sirini yo'lga qo'yish orqali ushbu platformalar qiymat yaratadi va o'sishni rag'batlantiradi.

Monetizatsiya platformalari daromad olish uchun turli xil monetizatsiya strategiyalaridan foydalanadi. Bunday platforma orqali amalga oshirilgan har bir tranzaksiya uchun foiz yoki belgilangan to'lovni undirish, komissiyalar, obunalar, foydalanuvchilarga ularning afzalliklari va xatti-harakatlari asosida maqsadli reklamalarni ko'rsatish, qo'shimcha qiymatli xizmatlar taqdim etish mumkin.

Ikki tomonlama va uch tomonlama platformalar foydalanuvchilar uchun qiymat yaratish uchun tarmoq effektlaridan foydalangan holda asosiy modellar sifatida paydo bo'ldi. Uber, Airbnb, Upwork ikki tomonlama, Amazon, Uzum uch tomonlama platformalardir.

Bulutli hisoblash va buyumlar Interneti texnologiyasining rivojlanishi bilan an'anaviy mahsulotni ijaraga olingan xizmatga aylantirishga qaratilgan turdagi platformalar faoliyatiga guvoh bo'lyapmiz. Alibaba Cloud, Amazon Web Services (AWS), Google Cloud Platform va Microsoft Azure kabi bulutli platformalar xizmat sifatida korxona va iste'molchilarga zarur bo'lgan turli xil apparat, dasturiy ta'minot va ishlanmalarni taqdim etadilar.

Katta hajmlarda ma'lumotlar to'planganda va jismoniy shaxslar, korxonalar, hukumatlar va boshqa tashkilotlar tomonidan ma'lumotlarga asoslangan qarorlar qabul qilish uchun qayta ishlanganida qiymat ma'lumotlar yuzaga keladi. Shunday qilib, raqamli platformalar ma'lumotlarni yig'ish, qayta ishlash, uzatish, saqlash va tahlil qilish qobiliyati qiymat yaratishga imkon beradi. Shu sababli raqamli ma'lumotlar va raqamli platformalarni raqamli iqtisodiyotda yuzaga keladigan qiymat yaratishning ikki tomoni sifatida ko'rish mumkin.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Raqamli platformalar korxonalar uchun birgalikda turli xil bozorlarni qayta tashkil etish, qiymat yaratish va bozorni egallashga sabab bo'lmoqda. Raqamli iqtisodiyotda kirishga cheklovlar qo'yadigan qoidalar bozor faoliyatini yaxshilashga erishiladi. Masalan, litsenziya to'lovi, malaka sertifikat yoki minimal sifat standarti shaklida mahsulot sifatini oshirishi va iste'molchiumumiy farovonligini oshirishi mumkin.

Shunday qilib, platformalar korxonalar faoliyati uchun qulaylik, kirish va imkoniyatlarni taqdim etadi. Platformalar rivojlanishda davom etar ekan, ularning global iqtisodiyotga ta'siri o'sib boradi va platformalar ko'plab tarmoqlarda iqtisodiy faoliyatning asosini tashkil etadigan kelajakni yaratadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Tobias K"olbel, Daniel Kunz Mechanisms of intermediary platforms. Iqtisodiy adabiyotlar jurnali, Pages1–19
<https://assets.bosch.com/media/global/research/eot/bosch-eot-mechanisms-of-intermediary-platforms.pdf>
2. Athey S. & Ellison G. (2014). Dynamics of Open Source Movements. Journal of Economics & Management Strategy, 23, 294-316.
<https://doi.org/10.1111/jems.12053>
3. Djumayev S.N., Raxmanova D.T. Raqamli ekotizimlar tavsifi. Current issues of bio economics and digitalization in the sustainable development of regions International scientific - practical conference, 27-28 April, 2022| Samarkand branch of Tashkent state university of economics. www.sbtsue.uz 445–448.
4. Munish Gupta, The Platform Economy: Unleashing the Power of Digital Intermediaries Driving Digital Transformation @ Visa - Authoring Insightful Publications. <https://www.linkedin.com/pulse/platform-economy-unleashing-power-digital-munish-gupta/>

5. Multi-Sided Platforms (MSPs) and Sharing Strategies in the Digital Economy: Emerging Research and Opportunities, electronic book. Copyright: © 2018 | Pages: 21 DOI: 10.4018/978-1-5225-5457-8.ch005

6. Raqamli iqtisodiyot/darslik /B.Begalov , M.Abdullayev .Toshkent “Iqtisodiyot” , 2023. 364 b .

7. Goldfarb and Tucker (2019), "Digital Economics." Journal of Economic Literature, 57 (1): 3-43.

8. G Iefimova, O. Pashchenko. Digital platforms in the global economy. MRU CRIS. 2022. <https://cris.mruni.eu › core › bitstreams › content>

9. Mustafakulov O‘. Raqamli platformalarni o‘rganishda jahon ilmiy tajribasi, So‘nggi ilmiy tadqiqotlar nazariyasi Respublika ilmiy-uslubiy jurnali 13.06.2023 6-jild 6-son , 160-166 betlar.