

DOI: [10.32702/2307-2105-2019.9.41](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.9.41)

УДК 330.342.24

*I. A. Кораблінова,  
кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри економічної теорії та управління проектами  
Одеська національна академія зв'язку ім. О. С. Попова, м. Одеса  
ORCID: 0000-0003-2701-0447*

## **РОЛЬ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ КОМПАНІЙ У РОЗВИТКУ ПЛАТФОРМНИХ БІЗНЕС-СТРУКТУР \***

*Iryna A. Korablinova  
Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor,  
Associate Professor of the Department of Economic Theory and Project Management,  
O. S. Popov Odessa National Academy of Telecommunications*

### **THE ROLE OF TELECOMMUNICATION COMPANIES IN DEVELOPMENT OF THE PLATFORM BUSINESS STRUCTURES**

*На фоні збільшення уваги до цифрової трансформації економіки та бізнесу у центрі наукових та ділових дискусій здебільшого знаходяться сучасні технологічні компанії. За своєю природою такі компанії представляють собою платформні бізнес-структури. Вони відрізняються великою інвестиційною привабливістю та мають перспективи подальшого розвитку у цифрову епоху. У той же час їх діяльність не може бути здійсненою без необхідної інфраструктури, яку на сьогодні для них створюють телекомунікаційні компанії. У статті надано визначення поняттю «платформна бізнес-структура», з'ясовано наявність різних видів платформних компаній та їх відмінність від традиційних телекомунікаційних компаній. Визначено роль телекомунікаційних компаній у розвитку платформних бізнес-структур нового покоління. Зазначено, що подальший розвиток платформних бізнес-структур у багатьох випадках буде залежати від якісних параметрів роботи телекомунікаційних компаній у кожній країні. Сформульовані рекомендації щодо подальших досліджень та розробок за цією проблематикою в Україні.*

*With growing attention to the digital transformation economy and business there is now in the center of scientific and business discussions are the modern technology companies. These companies by nature are platform business structures. They are different by great investment attractiveness and have prospects for further development in the digital age. Based on an analysis of recent research and publications has been proven, that the concept of platforms has become widespread in the world and is manifested in a variety of forms. With the development of platform companies in the global system of economic relations, in-depth transformations are taking place that still require theoretical understanding. Within the framework of the problem posed, the author in this article focuses on a specific issue. In this work justified, that the activities of platform companies new generation cannot be without the necessary infrastructure, which telecommunication companies create for them today. In the article formulated in general terms, that a platform business structure is a modern form of*

*organizing a business, which operates based on digital ICTs and is the basis for the activities of other companies around the world. It turned out that there are platform companies of various kinds. In the article has been identified basic differences between digital platform business structures from telecommunications companies. The research shows that unlike traditional telecommunications companies, companies, which dominated in digital economy, have a large dummy component. The example of the emergence of a new type of telecommunication companies, which also turn into platform business structures through the intensification of partnerships with other participants of the digital industry, is considered. The paper shows to the general characteristic of the international telecommunications agenda, which is concentrated on the issues of building next-generation networks. The role of telecommunication companies in the development of platform business structures of new generation is determined. The author notes that the further development of platform business structures in many cases will depend on the quality parameters of the work of telecommunication companies in each country. This article contains the recommendations regarding further research and development on this issue in Ukraine.*

**Ключові слова:** *інформаційні та комунікаційні технології; телекомунікаційні компанії; цифрові компанії; цифрові платформи; платформні бізнес-структури.*

**Key words:** *information and communication technologies; telecommunication companies; digital companies; digital platforms; platform business structures.*

**Постановка проблеми в загальному вигляді.** Переважна більшість сучасних дослідників у різних галузях знань звертається до вивчення нових можливостей, які надають нові інформаційні та комунікаційні технології (ІКТ) у тій чи іншій сфері діяльності людей. Не виключенням є й знайомство з новим явищем сучасної економіки – розвитком платформних бізнес-структур на базі цифрових ІКТ.

Матеріальні умови для його виникнення склались у кінці ХХ – на початку ХХІ століть, а розгортання платформ у дійсності та популяризація нової організаційної моделі у корпоративному світі триває останні 20 років. За цей час зазначене явище набуло зрілості та стало приймати різні форми, які можна на сьогодні спостерігати у світовій практиці через призму діяльності ІКТ-компаній.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** На сьогодні вже існують різноманітні види платформ, які застосовують у бізнесі сучасні компанії (наприклад, виділяють двосторонні, багатосторонні та ін.). Досвід їх застосування вивчається дослідниками та консультантами провідних міжнародних університетів, зокрема у працях [1 – 7].

Найбільша увага сьогодні прикута до цифрових багатосторонніх платформ, зокрема до компаній, які не тільки застосовують такі платформи для підвищення ефективності тих чи інших бізнес-процесів, а які за своєю природою й є платформами (наприклад, Amazon, Alphabet, Facebook, та ін.). У цифрових платформах на сьогодні бачать «унікальний феномен економіки нового технологічного устрою», «інститут епохи технологічного прориву» [8], «рушійну силу цифрової трансформації бізнесу» [9], «ядро цифровізації економіки» [10] і т. ін. Крім того, у багатьох країнах, де в останні роки активізовано програми з розвитку цифрової економіки, цифрові платформи розглядаються як їх невід’ємний атрибут. Відповідно, у бік платформ проходить у ці роки й трансформація організації виробництва, управління, фінансів, науки, освіти, соціальної, інноваційної та маркетингової діяльності тощо. За всіма аспектами науковцями розпочато узагальнення досвіду, систематизація фактів та створення теоретичного підґрунтя для аналізу та осмислення платформного підходу до організації діяльності людей. Зокрема у межах зазначеної проблематики слід виділити наукові праці зарубіжних та вітчизняних дослідників [11 – 16].

Чим далі поширюється концепція платформ у діловому світі, тим більш глибокі трансформації відбуваються у глобальній системі економічних відносин. З огляду на це економісти-теоретики та аналітики міжнародних організацій досліджують причини та умови виникнення, сутність, характеристики, тенденції та закономірності розвитку «платформного капіталізму» [17 – 20], «платформної економіки» [21 – 23], «платформних ринків» [24 – 25] і т.ін.

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Наявність різноманітних підходів у практиці організації платформних бізнес-структур, а також поява міжнародної аналітики та нових статистичних даних за цим напрямом потребує конструктивного аналізу тих зрушень, які відбуваються у діяльності ІКТ-компаній. З цієї точки зору важливо не тільки побачити нові можливості, які відкривають платформи, а й виявити загрози, які виникають по мірі розповсюдження такої форми організації бізнесу. Окрім цього, важливо критично осмислити наслідки технологічних та організаційних зрушень, які несе хвиля бізнес-платформ для різних категорій економічних суб’єктів.

**Метою статті** є дослідження особливостей платформних бізнес-структур сучасного покоління та визначення ролі телекомунікаційних компаній у їх розвитку.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Спостереження показують, що в останні роки в українські ділові та наукові спільноти хвиля підвищеної уваги до платформ як бізнесу приходить разом з концепціями «мережевої економіки», «цифрової економіки», «економіки сумісної участі», «цифрової трансформації бізнесу» та ін. Також існують різноманітні інтерпретації цих концепцій, які адаптовані під управлінські та маркетингові технології компаній, для яких важливі швидке зростання, інноваційність та гнучкість в умовах змін. Наприклад, в останні роки відбувається дифузія різних ідей навколо холакратії, яка передбачає децентралізацію влади у компанії, об'єднання фахівців навколо ідей та завдань на основі їх компетенцій та інші ознаки роботи сучасних організацій. Часто такі організації називають «організаціями майбутнього», «плоскими», «бірюзовими», «горизонтальними» – тими, які приходять на зміну організаціям з традиційною вертикальною ієрархією.

З точки зору стратегій розвитку бізнесу певних категорій (наприклад, компаній з цифрової галузі у країнах з високорозвинутою економікою) зазначений підхід передбачає знаходження нових джерел ефективної діяльності та отримання різних вигід (зокрема, прискорення прийняття фахових рішень на основі експертного обговорення у режимі онлайн, незалежно від місцезнаходження співробітників та партнерів компанії). Наприклад, на сьогодні цей підхід активно застосовується у глобальному ІТ-середовищі. Але світ різноманітний та багатогранний – там, де один підхід спрацював, в інших місцях – не буде мати позитивного ефекту, або зовсім неможливий у реалізації. Втім, зазначені ідеї у різноманітних формах продовжують набирати популярність у ділових спільнотах у багатьох країнах світу.

Що стосується наукового погляду, то розвиток бізнес-платформ на базі нових цифрових ІКТ слід розглядати як сучасне соціально-економічне явище, яке трансформує систему економічної взаємодії та взаємовідносин між учасниками всієї системи міжнародного господарства. Ключову роль у цьому процесі відіграють технологічні корпорації, які є носіями ІКТ.

Аналіз літератури та вивчення думок експертів свідчить про те, що на сьогодні ще не склалось єдиного бачення на бізнес як платформу.

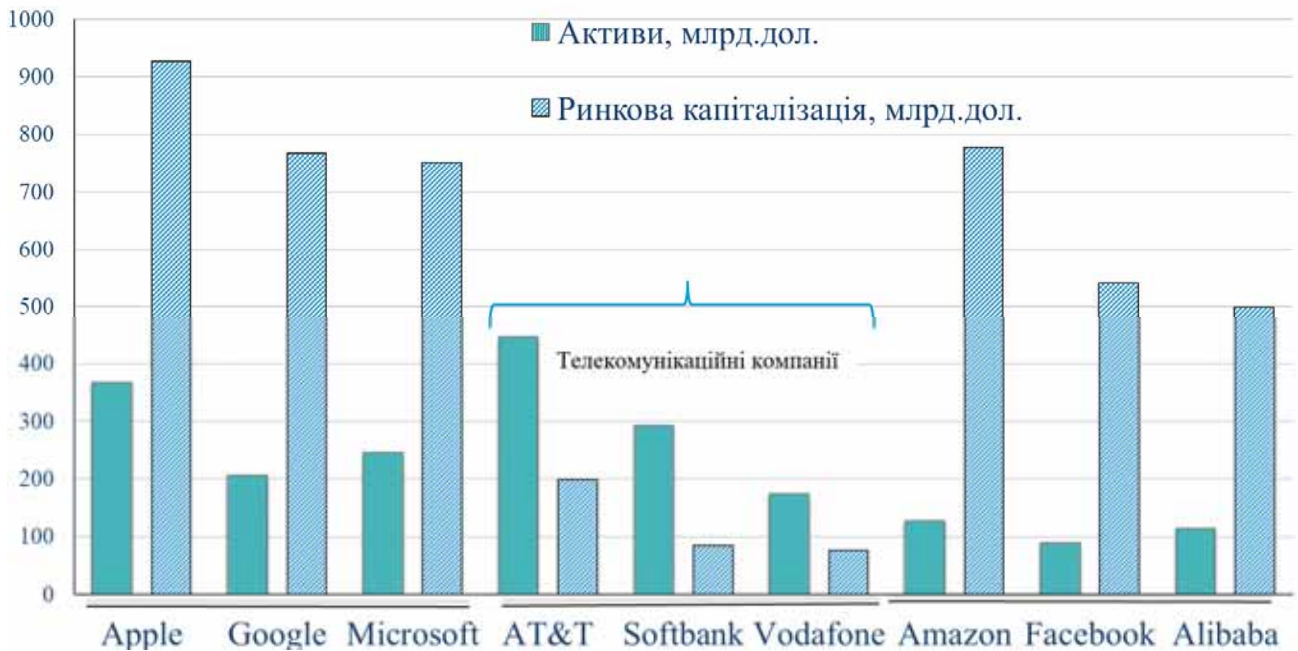
Гавер А. та Кусумано М. [1], досліджуючи феномен компаній, які використовують бізнес-модель на засадах платформ, звернули увагу на прагнення багатьох фірм зробити так, щоб їх продукт став основою, на якій інші компанії будуть створювати свої продукти. Свої обґрунтування автори формулюють на основі аналізу стратегій, які були реалізовані низкою таких відомих корпорацій як Intel, Microsoft, Cisco, Palm, NTT DoCoMo тощо. Як показано у кейсах, свого часу вони вже стали лідерами платформ у своїх сферах (наприклад, Intel у галузі мікропроцесорів та Microsoft у програмному забезпеченні).

Водночас, згідно Accenture [26], до найбільших платформних відносять такі компанії як Alibaba, Alphabet, Amazon.com, Apple, Baidu, eBay, Facebook, JD.com, LinkedIn, Netflix, Priceline.com, Salesforce, Tencent, Twitter, Yahoo! та ін.

Можемо бачити, що корпорації, які є лідерами платформ за версією Гавера А. та Кусумано М., та платформні компанії за версією Accenture, відносяться до різних категорій компаній цифрової галузі. Перші створили продукти, які є основою чи невід'ємними компонентами продуктів інших компаній, а другі – є майданчиками для комунікації та реалізації економічних інтересів всіх учасників, які мають доступ до платформи. Отже, на сьогодні вже існують платформні бізнес-структури різного роду.

Можна сказати, що у загальному вигляді **платформна бізнес-структура** – це сучасна форма організації бізнесу, що функціонує на основі цифрових ІКТ та є основою для діяльності інших компаній у масштабах всього світу.

Основною відмінністю платформних компаній нового покоління є те, що для глобального зростання їм необов'язково збільшувати іноземні інвестиції у різних країнах світу, як це характерно для традиційних транснаціональних корпорацій, адже вони спираються на активи багаточисленних учасників з усього світу [27]. У зв'язку із цим, вони мають найбільший розрив між ринковою капіталізацією та активами (рис. 1). З економічної точки зору це означає, що у компаній, діяльність яких визначає обсяги цифрової економіки, у структурі капіталу переважає фіктивний складник. Втім, за невеликим виключенням, цього не можна сказати про телекомунікаційні компанії, які, з одного боку, є представниками традиційного бізнесу, а з іншого – вони складають інфраструктурну основу для розвитку цифрових платформних бізнес-структур. Як видно з діаграми, їх активи перевищують ринкову капіталізацію.



**Рис. 1. Співвідношення ринкової капіталізації та вартості активів міжнародних корпорацій у сфері ІКТ**

Авторська розробка на основі даних UNCTAD, Forbes, Financial Times, 2018 рік.

За даними Forbes 2019 року, більшість телекомунікаційних компаній світу за інвестиційною привабливістю суттєво відстають від платформних бізнес-структур нового покоління. У табл.1 можна бачити, що значення коефіцієнту Тобіна лише у трьох компаній з топ-20 перевищує 1, тоді як у сучасних лідерів цифрової галузі вони значно вищі (наприклад, за розрахунками, q-Тобіна для Amazon.com дорівнює 5,6, Facebook – 5,3, Alphabet – 3,7, Apple – 2,57).

Водночас, слід зазначити, що під час перших ознак погіршення економічної ситуації у світі, телекомунікаційні компанії мали темпи зростання ринкової капіталізації навіть більше (15 %), ніж технологічні компанії (6 %), які звичайно є лідерами за цим показником [28].

**Таблиця 1. Топ-20 найбільших телекомунікаційних компаній світу, 2019 р.**

| № п/п | Компанія               | Країна            | Активи, млрд дол. | Ринкова капіталізація, млрд дол. | q-Тобіна |
|-------|------------------------|-------------------|-------------------|----------------------------------|----------|
| 1     | AT&T                   | США               | 531,9             | 233,3                            | 0,44     |
| 2     | Verizon Communications | США               | 264,8             | 239,7                            | 0,91     |
| 3     | China Mobile           | Гонконг           | 223,7             | 197,6                            | 0,88     |
| 4     | Softbank               | Японія            | 332,3             | 112,4                            | 0,34     |
| 5     | Nippon Telegraph & Tel | Японія            | 199,6             | 80,2                             | 0,40     |
| 6     | Deutsche Telekom       | Німеччина         | 176,5             | 79,4                             | 0,45     |
| 7     | Telefonica SA          | Іспанія           | 130,4             | 43,3                             | 0,33     |
| 8     | China Telecom          | Китай             | 96,6              | 42,5                             | 0,44     |
| 9     | KDDI                   | Японія            | 65,2              | 52,5                             | 0,81     |
| 10    | Orange                 | Франція           | 112,3             | 43,6                             | 0,39     |
| 11    | América Móvil          | Мексика           | 72,6              | 52,4                             | 0,72     |
| 12    | China Unicom           | Гонконг           | 79,7              | 37,8                             | 0,47     |
| 13    | BT Group               | Великобританія    | 60                | 29,6                             | 0,49     |
| 14    | BCE                    | Канада            | 41,8              | 40,9                             | 0,98     |
| 15    | Saudi Telecom (STC)    | Саудівська Аравія | 29,9              | 59,7                             | 2,00     |
| 16    | Etisalat               | ОАЕ               | 34,1              | 39,4                             | 1,16     |
| 17    | Telstra                | Австралія         | 30,8              | 29                               | 0,94     |
| 18    | SingTel                | Сінгапур          | 35,7              | 37,8                             | 1,06     |
| 19    | Vodafone               | Великобританія    | 155,2             | 49,6                             | 0,32     |
| 20    | SK Telecom             | Південна Корея    | 38                | 15,5                             | 0,41     |

Складено та розраховано на основі даних Forbes Global 2000

Своєю чергою, основними причинами низького значення q-Тобіна у телекомунікаційних компаній можна вважати передусім регульований характер умов їх функціонування, а також специфіку надання телекомунікаційних послуг, що передбачає високу фондомісткість і капіталоемність об'єктів інфраструктури.

Втім, серед цих компаній з'являються такі, які в основу стратегії свого розвитку закладають конвергенцію телекомунікацій та інформаційних технологій, що значно підвищує їх інвестиційний потенціал. Цим шляхом, наприклад, йде телекомунікаційна компанія Saudi Telecom (STC), яка на часі стала у Саудівській Аравії та за її межами провідним постачальником комплексу інтелектуально-інформаційних послуг, які базуються на сучасних ІКТ. Для того, щоб компенсувати нестачу ресурсів та можливостей, ця компанія активно створює партнерства з іншими компаніями, які спеціалізуються на питаннях кібербезпеки, хмарних технологій, інтернету речей, побудови смарт-міст і т.ін. Такі дії поступово перетворюють телекомунікаційну компанію також на сучасну платформну бізнес-структуру. Як можна бачити з табл. 1, на сьогодні ринкова капіталізація STC перевищує вартість активів компанії вдвічі.

Згідно UNCTAD [29], телекомунікаційні компанії разом з ІТ-компаніями виступають каталізаторами глобальної цифрової економіки, оскільки вони надають інфраструктуру та інструменти, які необхідні для впровадження цифрових технологій. На цій основі вже працюють компанії, які є інтернет-платформами (наприклад, пошукові системи Alphabet/Google, соціальні мережі Facebook та ін.), постачальниками цифрових рішень (наприклад, електронні платежі PayPal та First Data) та електронної торгівлі (наприклад, інтернет-рітейлери Amazon та Alibaba), розробниками цифрового контенту (наприклад, постачальники медіа-контенту 21<sup>st</sup> Century Fox та Time Warner).

У більшості випадків мережі та пункти доступу до Інтернету створюють саме телекомунікаційні компанії. За висловленням вчених [30], телекомунікації є вирішальною ланкою цифрової економіки.

За прогнозами Standard & Poor's, у 2019 році у світі очікується зростання доходів від телекомунікацій на 2% – 3% [31]. Основним драйвером зростання є широкосмуговий доступ, оскільки попит на високошвидкісні дані продовжує зростати. Передусім це пов'язують з активним використанням користувачами Інтернету соціальних мереж, додатків віртуальної реальності з великою кількістю відео, які здебільшого переглядають онлайн. Дедалі стають популярними спілкування та проведення транзакцій у режимі реального часу, також активно розвивається стрімінг (потокове онлайн мовлення). Ці та інші формати взаємодії між людьми, які передбачають постійне переміщення даних, потребують нових технологій, що забезпечують високопродуктивні мережеві з'єднання із низьким часом затримки, а також канали даних з високою пропускнуною спроможністю.

Окрім зростання попиту на дані, серед факторів впливу на тенденції розвитку сфери телекомунікацій, на сьогодні також виділяють такі: загострення конкуренції між традиційними та новими учасниками, регуляторні обмеження, збільшення капітальних витрат, зокрема у зв'язку із розгортанням бездротових технологій наступного покоління.

Згідно прогнозу GSMA [32], до 2025 року відсоток підключень у мережах 4G зросте до 59 %, у мережах 5G – до 15 % (це приблизно 1,4 млрд підключень у світі) (рис. 2).

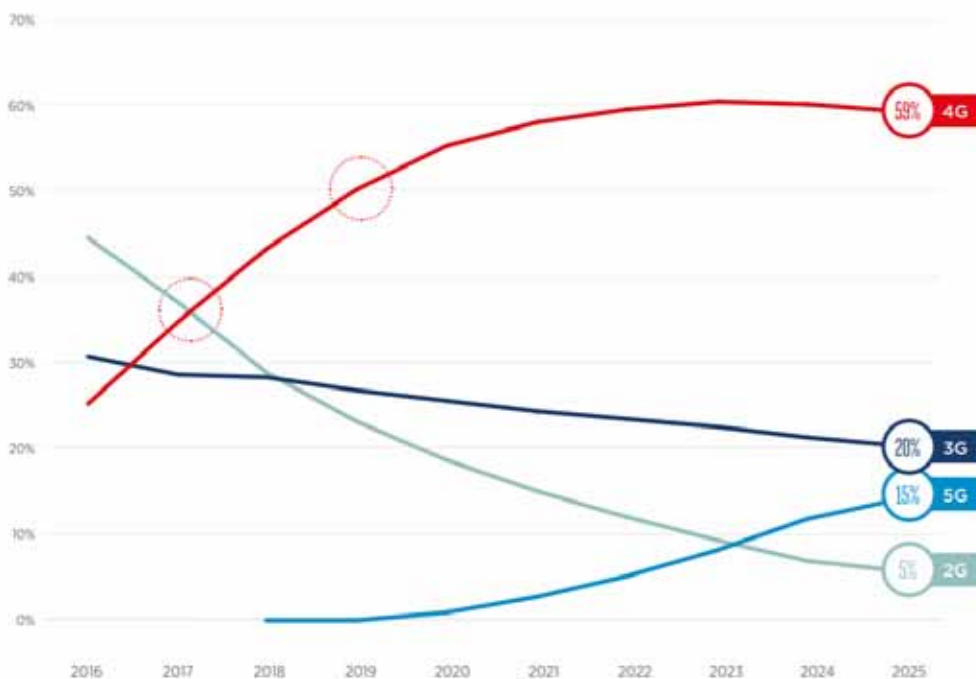


Рис. 2. Відсоток підключень до мереж наступного покоління

Джерело: GSMA Intelligence

При цьому, за оцінками, інвестиції у 5G значно вище у порівнянні з попередніми технологіями 4G, на розгортання яких телекомунікаційні компанії витратили з 2010 року вже понад 1,3 трлн дол. [31].

Прогнози фахівців також свідчать про збільшення кількості абонентів, які потребуватимуть швидкий та надійний зв'язок, зокрема кількість унікальних мобільних абонентів до 2025 року складатиме близько 5,8 млрд, а рівень проникнення на глобальному ринку зросте до 71 % (табл. 2).

**Таблиця 2.**  
**Динаміка кількості абонентів у світі (2018 – 2025 рр.)**

| Категорії абонентів/<br>підключень                               | 2018 рік                         |  | 2025 рік                         |  | Середньорічний<br>темп зростання з<br>урахуванням<br>складного відсотка<br>(2018 – 2025 рр.) |
|--|----------------------------------|--|----------------------------------|--|--|
|  | Кількість<br>підключень,<br>млрд | Рівень<br>проникнення, %<br>від кількості<br>населення | Кількість<br>підключень,<br>млрд | Рівень<br>проникнення, %<br>від кількості<br>населення |  |
| SIM з'єднання<br>(за виключенням<br>сотового інтернету<br>речей) | 7,9                              | 103 %  | 9,2                              | 112 %  | 2,2 %  |
| Унікальні мобільні<br>абоненти                                   | 5,1                              | 67 %   | 5,8                              | 71 %   | 1,9 %  |
| Мобільні інтернет-<br>користувачі                                | 3,6                              | 47%  | 5,0                              | 61%  | 4,8%   |

*Складено на основі даних GSMA Intelligence*

Своєю чергою, збільшення кількості абонентів та активне використання ними різноманітних цифрових рішень і контенту у режимі онлайн, висуває нові вимоги до забезпечення швидкісного та надійного зв'язку. Передусім це потребує побудови високошвидкісних мереж електрозв'язку наступних поколінь, які забезпечують технологічну можливість використання нових цифрових технологій.

Світова практика свідчить, що для збільшення свого інноваційно-інвестиційного потенціалу телекомунікаційні компанії проникають у сферу інформаційних технологій, зокрема через злиття та поглинання, а також приймають участь у різних моделях стратегічного інвестування, серед яких – стратегічні альянси, партнерства, сумісні підприємства тощо. Ці інтеграційні тенденції посилюються в останні роки під впливом цифрової революції.

У нових умовах цифрової епохи компанії з ІКТ-сектору так чи інакше пов'язані між собою за різними аспектами (техніко-технологічному, діяльнісному, корпоративному) [33], оскільки для створення певної цінності (продукту, послуги, рішення) можливостей та компетенцій однієї компанії вже недостатньо. У зв'язку з цим, в останній час й поширюються мережеві форми організації бізнесу, серед яких популярними стають цифрові багатосторонні платформи, які з'єднують різних учасників у режимі реального часу. Вони функціонують не тільки на розвинутих промислових ринках, але всюди у світі завдяки зростаючій доступності мобільних цифрових технологій [27].

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Отже, незважаючи на провідну роль цифрових компаній у світі на сучасному етапі розвитку економіки, не слід забувати про основу їх функціонування, яку забезпечують телекомунікаційні компанії. Подальший розвиток платформних бізнес-структур у багатьох випадках буде залежати від якісних параметрів їх роботи у кожній країні. З огляду на це, так звана «платформна економіка» – це не економіка майбутнього, яка повністю замінить реальну економіку у традиційному розумінні, а лише певна частина сучасної економіки окремих країн з високорозвинутою ІКТ-інфраструктурою, яка оновлюється під впливом нових промислових революцій.

У перспективі дослідження можуть бути спрямовані на розробку комплексу заходів з вирішення проблеми створення новітніх технологій в Україні, необхідних для підтримки вітчизняних цифрових платформ, які мають значення для соціально-економічного розвитку країни. Погіршення показника наявності новітніх технологій в Україні на фоні збільшення користувачів Інтернету та мобільних абонентів свідчить про відкриття можливостей для іноземних компаній, які є власниками цифрових платформ. З огляду на цю тенденцію, загострюються проблеми безпеки як окремих суб'єктів вітчизняної економіки, так і всієї держави. Ці актуальні питання потребують нових комплексних досліджень.

#### **Список літератури.**

1. Gawer A. Platform Leadership: How Intel, Microsoft and Cisco Drive Industry Innovation / A. Gawer, M. Cusumano. – Boston, MA: Harvard Business School Press, 2002. – 305 pp.
2. Gawer A. How companies become platform leaders / A. Gawer, M. Cusumano // MIT Sloan Management Review. – 2008. – Vol. 49. – № 2. – pp. 28–35.
3. Gawer A. (ed.) Platforms, Markets and Innovation. – New York: Edward Elgar Publishing, 2009. – 416 pp.
4. Boudreau K. Platform Rules: Multi-Sided Platforms as Regulators / K. Boudreau, A. Hagiu // Platforms, Markets and Innovation / Ed. A. Gawer. – New York: Edward Elgar, 2009. – pp. 163–191.

5. Parker G. G. Platform revolution: How networked markets are transforming the economy and how to make them work for you / G. G. Parker, M. W. Van Alstyne, S. P. Choudary. – New York: W. W. Norton & Company, 2016. – 352 pp.
6. Evans D. S. Matchmakers: The new economics of multisided platforms / D. S. Evans, R. Schmalensee. – Harvard Business School Publishing, 2016. – 272 pp.
7. Brynjolfsson E. Machine, Platform, Crowd: Harnessing Our Digital Future / E. Brynjolfsson, A. McAfee. – New York: W.W. Norton and Company, 2017. – 408 pp.
8. Осипов Ю. М. Цифровая платформа как институт эпохи технологического прорыва / Ю. М. Осипов, Т.Н. Юдина, И.З. Гелисханов // Экономические стратегии. – 2018. – Т. 20. – № 5. – С. 22–29.
9. Шеер А.-В. Компании платформы. Движущие силы цифровой трансформации бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://itco.blog/kompanii-platformyi-silyi-cifrovoj-transformaczii.html>.
10. Вишневський О. С. Цифрові платформи як ядро цифровізації економіки / О.С. Вишневський // Цифрова економіка: зб. мат. Національної наук.-метод. конф., 4–5 жовтня 2018 р., м. Київ. – К.: КНЕУ, 2018. – С. 63–66.
11. Гелисханов И.З. Цифровые платформы в экономике: сущность, модели, тенденции развития / И.З. Гелисханов, Т.Н. Юдина, А.В. Бабкин // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. – 2018. – Т. 11. – № 6. – С. 22–36.
12. Раунио М. Платформы открытых инноваций как инструмент «треугольника знаний»: опыт Финляндии / М. Раунио, Н. Нордлинг, М. Каутонен // Форсайт. – 2018. – Т. 12. – № 2. – С. 62–76.
13. Ершова Т.В. Цифровые платформы для исследований и разработок / Т.В. Ершова, Ю.Е. Хохлов // Информационное общество. – 2017. – Вып. 6. – С. 17–24.
14. Купревич Т. С. Цифрові платформи в світовій економіці: сучасні тенденції і напрямки розвитку / Т.С. Купревич // Економічний вісник університету. – 2018. – Вип. № 37/1. – С. 311–318.
15. Тупчиенко В. А. Цифровые платформы управления жизненным циклом комплексных систем: монография / Тупчиенко В. А., Путилов А. В., Харитонов В. В. и др. – Москва: Науч. консультант, 2018. – 439 с.
16. Січкаренко К.О. Цифрові платформи: підходи до класифікації та визначення ролі в економічному розвитку / К.О. Січкаренко // Причорноморські економічні студії. – 2018. – Вип. 35. – С. 28–35.
17. Srnicek N. Platform Capitalism / N. Srnicek. – Cambridge and Malden: Polity Press, 2016. – 120 pp.
18. Srnicek N. The challenges of platform capitalism Understanding the logic of a new business model / N. Srnicek // *Juncture*. – 2017. – Vol. 23. – Issue 4. – pp. 254–257.
19. Langley P. Platform capitalism: The intermediation and capitalization of digital economic circulation / P. Langley, A. Leyshon // *Finance and Society*. – 2017. – №3 (1). – pp. 11–31.
20. Степнов И. М. Платформенный капитализм как источник формирования сверхприбыли цифровыми рантье / И. М. Степнов, Ю. А. Ковальчук // Вестник МГИМО-Университета. – 2018. – № 4 (61). – С. 107–124.
21. Drahoкупil J. The platform economy and the disruption of the employment relationship / J. Drahoкупil, B. Fabo // *Research Paper – Policy brief, European Trade Union Institute*. – 2016. – №5. – Brussels, 14 July 2016. – 6 pp.
22. Kenney M. The rise of the platform economy / M. Kenney, J. Zysman // *Issues in Science and Technology*. – 2016. – Vol. 32. – Issue 3. – pp. 61–69.
23. Kilhoffer Z. The Platform Economy and Industrial Relations. Applying the old framework to the new reality / Z. Kilhoffer, K. Lenaerts, M. Beblavý // *CEPS Research Report*. – 2017. – №12. – 52 pp.
24. OECD Digital Economy Outlook 2017 [Electronic resource]. – OECD Publishing, Paris. – Mode of access: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264276284-en>.
25. Bamberger K.A. Platform market power / K.A. Bamberger, O. Lobel // *Berkeley technology law journal*. – 2017. – Vol. 32 – pp.1051–1092.
26. Trend 3. Platform Economy: Technology-driven business model innovation from the outside in [Electronic resource] / Accenture Technology Vision 2016. – Mode of access: [https://www.accenture.com/fr-fr/\\_acnmedia/pdf-2/accenture-platform-economy-technology-vision-2016-france.pdf](https://www.accenture.com/fr-fr/_acnmedia/pdf-2/accenture-platform-economy-technology-vision-2016-france.pdf).
27. Березной А. Транснациональный бизнес в эпоху глобальной цифровой революции / А. Березной // *Мировая экономика и международные отношения*. – 2018. – Т.62. – №9. – С. 5–17.
28. PwC: Global Top 100 companies by market capitalization 2019 [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.pwc.com/gx/en/audit-services/publications/assets/global-top-100-companies-2019.pdf>.
29. UNCTAD: World Investment Report 2017 [Electronic resource]. – Mode of access: [https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2017\\_en.pdf](https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2017_en.pdf).
30. Шнепс-Шнеппе М.А. Телекоммуникации как решающее звено цифровой экономики. Опыт США / М. А. Шнепс-Шнеппе, В. П. Куприяновский, Д. Е. Намиот, С. П. Селезнев // *International Journal of Open Information Technologies*. – 2017. – Vol. 5. – № 5. – pp. 25–33.
31. Mooney C. Industry Top Trends 2019 Telecommunications / C. Mooney, H. Madhav, A. Arden and al. // *S&P Global Ratings*. – 2018. – November, 15. – 16 pp.
32. The Mobile Economy 2019 [Electronic resource] / GSM Association. – 2019. – Mode of access: <https://www.gsmaintelligence.com/research/?file=b9a6e6202ee1d5f787cfebb95d3639c5&download>.
33. Кораблинова И.А. Анализ природы цифровой бизнес-сети в контексте глобальной экономической трансформации / И. А. Кораблинова, В. А. Коляденко, М. Б. Проценко // *Наукові праці ОНАЗ ім. О. С. Попова: пер. наук. збірник з телеком. мереж, ...економіки транспорту та зв'язку, організації та економіки й управління підприємствами*. – Одеса: ОНАЗ ім. О. С. Попова, 2013. – С.159–164.

## References.

1. Gawer, A. and Cusumano, M. (2002), *Platform Leadership: How Intel, Microsoft and Cisco Drive Industry Innovation*, Harvard Business School Press, Boston, MA.
2. Gawer, A. and Cusumano, M. (2008), "How companies become platform leaders", *MIT Sloan Management Review*, vol. 49, no. 2, pp. 28–35.
3. Gawer, A. (ed.), (2009), *Platforms, Markets and Innovation*, Edward Elgar Publishing, New York.
4. Boudreau, K. and Hagiu, A. (2009), "Platform Rules: Multi-Sided Platforms as Regulators", *Platforms, Markets and Innovation*, Gawer, A. (ed.), Edward Elgar, New York, pp. 163–191.
5. Parker, G. G., Van Alstyne, M. W. and Choudary, S. P. (2016), *Platform revolution: How networked markets are transforming the economy and how to make them work for you*, W. W. Norton & Company, New York.
6. Evans, D. S. and Schmalensee, R. (2016), *Matchmakers: The new economics of multisided platforms*, Harvard Business School Publishing, Boston, MA.
7. Brynjolfsson, E. and McAfee, A. (2017), *Machine, Platform, Crowd: Harnessing Our Digital Future*, W.W. Norton and Company, New York.
8. Osipov, Yu. M., Yudina, T. N., Geliskhanov, I. Z. (2018), "Digital Platform as an Institution of the Technological Breakthrough Era", *Ekonomicheskie strategii*, 5, pp. 22–29.
9. Scheer, A.-W. "Platform companies. Drivers of Digital Business Transformation", available at: <https://itco.blog/kompanii-platformyi-silyi-czifrovoj-transformaczii.html> (Accessed 7 September 2019).
10. Vyshnevs'kyj, O. S. (2018), "Digital platforms as the nucleus of digitizing the economy", *Materialy Natsional'noi naukovo-metodychnoi konferentsii*, [Conference Proceedings of the National Scientific and Methodical Conference], *Tsyfrova ekonomika* [Digital Economy], Kyiv National Economic University, Kyiv, pp. 63–66.
11. Geliskhanov, I.Z., Yudina, T.N., Babkin, A.V. (2018). "Digital platforms in economics: essence, models, development trends", *St. Petersburg State Polytechnical University Journal. Economics*, vol. 11, no. 6, pp. 22–36.
12. Raunio M., Nordling N., Kautonen M., Rasanen P. (2018), "Open Innovation Platforms as a Knowledge Triangle Policy Tool – Evidence from Finland", *Foresight and STI Governance*, vol. 12, no 2, pp. 62–76. DOI: 10.17323/2500-2597.2018.2.62.76
13. Ershova, T. V. and Khokhlov, Yu. E. (2017), "Digital platforms for research and development", *Information Society*, vol. 6, pp. 17–24.
14. Kuprevich, T. (2018), "Digital platforms current trends and directions for the development in the world economy", *Universities Economic Bulletin*, vol. 37/1, pp. 311–318.
15. Tupchienko, V. A., Putilov, A. V., Kharitonov, V. V., et al. (2018), "*Digital platforms for managing the life cycle of complex systems*", Publishing House Scientific Consultant, Moscow, 439 p.
16. Sichkarenko, K. O. (2018), "Digital platforms: classification approaching and the role of economic development defining", *Prychornomorski ekonomichni studii* [Black Sea Economic Studies], Vol. 35, pp. 28–35.
17. Srnicek, N. (2016), *Platform Capitalism*, Polity Press, Cambridge and Malden.
18. Srnicek, N. (2017), "The challenges of platform capitalism Understanding the logic of a new business model", *Juncture*, vol. 23, issue 4, pp. 254–257.
19. Langley, P. and Leyshon, A. (2017), "Platform capitalism: The intermediation and capitalization of digital economic circulation", *Finance and Society*, no. 3 (1), pp. 11–31.
20. Stepnov, I.M., Kovalchuk, J.A. (2018), "Platform capitalism as the source of digital rentier's superprofit", *MGIMO Review of International Relations*, no. 4 (61), pp.107–124.
21. Drahokoupil, J. and Fabo, B. (2016), "The platform economy and the disruption of the employment relationship", *Research Paper – Policy brief*, European Trade Union Institute, no. 5, Brussels.
22. Kenney, M. and Zysman, J. (2016), "The rise of the platform economy", *Issues in Science and Technology*, vol. 32, issue 3, pp. 61–69.
23. Kilhoffer, Z., Lenaerts, K. and Beblavý, M. (2017), "The Platform Economy and Industrial Relations. Applying the old framework to the new reality", *CEPS Research Report*, no. 2, 52 pp.
24. OECD (2017), "Digital Economy Outlook 2017", <http://dx.doi.org/10.1787/9789264276284-en>.
25. Bamberger, K.A. and Lobel, O. (2017), "Platform market power", *Berkeley technology law journal*, vol. 32, pp.1051–1092.
26. Accenture Technology Vision (2016), "Trend 3. Platform Economy: Technology-driven business model innovation from the outside in", available at: [https://www.accenture.com/fr-fr/\\_acnmedia/pdf-2/accenture-platform-economy-technology-vision-2016-france.pdf](https://www.accenture.com/fr-fr/_acnmedia/pdf-2/accenture-platform-economy-technology-vision-2016-france.pdf) (Accessed 7 September 2019).
27. Berezhnoy, A. (2018), "Transnational business in the era of the global digital revolution", *World Economy and International Relations*, no. 9, pp. 5–17.
28. PwC (2019), "Global Top 100 companies by market capitalization", available at: <https://www.pwc.com/gx/en/audit-services/publications/assets/global-top-100-companies-2019.pdf>. (Accessed 15 September 2019).
29. UNCTAD (2017), "World Investment Report 2017", available at: [https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2017\\_en.pdf](https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2017_en.pdf) (Accessed 7 September 2019).
30. Shneps-Shneppe, M. A., et al. (2017), "Telecommunications as a crucial link in the digital economy. US experience", *International Journal of Open Information Technologies*, vol. 5, pp. 25–33.



31. Mooney, C., Madhav, H., Arden, A. and al. (2018), "Industry Top Trends 2019 Telecommunications", *S&P Global Ratings*, November, 15, 16 pp.

32. GSM Association (2019), "The Mobile Economy 2019", (2019), available at: <https://www.gsmainelligence.com/research/?file=b9a6e6202ee1d5f787cfebb95d3639c5&download> (Accessed 7 September 2019).

33. Korablinova, I. A., Koliadenko, V. A., and Protsenko, M. B. (2013), "Analysis of the nature of digital business network in the context of global economic transformation", *Zbirnyk naukovykh prats ONAZ im. O. S. Popova*, pp. 159–164.

\* Стаття підготовлена при виконанні науково-дослідної роботи кафедри економічної теорії та управління проектами Одеської національної академії зв'язку ім. О. С. Попова у межах ІНДР (2018 – 2019) на тему «Проблеми управління розвитком телекомунікаційних компаній».

*Стаття надійшла до редакції 20.09.2019 р.*