

**ОЦЕНКА ФИНАНСОВЫХ И МАРКЕТИНГОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ЦИФРОВОЙ ПЛАТФОРМЫ
ТИКТОК**

Аннотация. В эпоху цифровой трансформации короткометражные видеоплатформы занимают ведущее место на глобальном рынке онлайн-услуг. Статья посвящена оценке финансовых, пользовательских и маркетинговых результатов работы TikTok за 2021–2025 годы. Цель исследования — выявить динамику ключевых показателей, определить факторы конкурентоспособности, а также обозначить актуальные риски и перспективы развития платформы. В работе использованы методы динамического и сравнительного анализа, статистической обработки данных и кейс-исследования. Установлено устойчивое развитие сервиса на фоне растущей конкуренции и регуляторных ограничений в отдельных странах. Материалы статьи могут применяться при изучении цифрового маркетинга и управления платформенными бизнесами.

Ключевые слова: TikTok, цифровая платформа, финансовые результаты, маркетинговые инструменты, социальная коммерция, конкурентоспособность

Samuhaer Wumutebieke

student

Moscow Pedagogical State University

EVALUATION OF FINANCIAL AND MARKETING

PERFORMANCE OF THE INTERNATIONAL DIGITAL PLATFORM

TIKTOK

Abstract. In the era of digital transformation, short-video platforms hold a leading position in the global online services market. The article assesses TikTok's financial, user and marketing performance from 2021 to 2025. The research aims to analyse the dynamics of key indicators, identify competitiveness factors, and outline current risks and development prospects. The study uses dynamic analysis, comparative analysis, statistical data processing and case study methods. The platform demonstrates steady development amid growing competition and regulatory restrictions in certain countries. The materials can be used for studying digital marketing and platform business management.

Keywords: TikTok, digital platform, financial performance, marketing tools, social commerce, competitiveness

Глобальная цифровизация кардинально изменила механизмы рыночной

конкуренции и модели монетизации интернет-проектов. Особого развития достигли многосторонние цифровые платформы, среди которых ярко выделяется TikTok — сервис коротких видео, принадлежащий корпорации ByteDance. За несколько лет платформа превратилась из регионального приложения в глобального лидера рынка, сочетая развлекательные функции, цифровую рекламу и социальную коммерцию.

TikTok относится к многосторонним платформам, работа которых строится на сетевых эффектах. Сервис объединяет три основные группы участников: обычных пользователей, создателей видеоконтента и коммерческих клиентов — рекламодателей и продавцов товаров. Рост аудитории повышает привлекательность платформы для бизнеса, а разнообразный контент удерживает пользователей и увеличивает их активность.

Основными источниками дохода платформы являются цифровая реклама и социальная коммерция. Рекламный блок представлен широким набором

форматов: внутрилентовые объявления, полноэкранная реклама при запуске приложения, брендированные челленджи и авторские фильтры. Для малого бизнеса разработан упрощённый инструмент запуска рекламных кампаний, не требующий специальных маркетинговых знаний.

Второй важный вектор монетизации — встроенная торговая площадка TikTok Shop. Она позволяет продавцам размещать товары в видеороликах и проводить прямые продажи без перехода на внешние сайты. Платформа получает комиссионные от сделок и предлагает платные инструменты продвижения товаров. Дополнительным направлением является поддержка создателей контента: программы вознаграждений и сотрудничество с брендами помогают удерживать авторов и поддерживать постоянный поток качественного контента.

Ключевым конкурентным преимуществом TikTok остаётся интеллектуальная система рекомендаций. Алгоритм анализирует поведение пользователей и формирует индивидуальную ленту видео, что обеспечивает

высокую вовлечённость аудитории и отличает сервис от конкурентов.

За исследуемый пятилетний период TikTok демонстрирует стабильный рост всех ключевых финансовых показателей. Глобальная рекламная выручка платформы постоянно увеличивается благодаря расширению географии присутствия и росту числа рекламодателей. К 2025 году данный показатель значительно превысил уровень 2021 года, ежегодный темп прироста выручки сохраняется на уровне более 20%.

Особенно динамично развивается сегмент социальной коммерции. Общий товарооборот TikTok Shop за пять лет вырос более чем в два раза. Основными драйверами роста стали рынки США и стран Юго-Восточной Азии, где онлайн-торговля через социальные платформы получила массовое распространение. Материнская корпорация ByteDance также показывает устойчивый рост чистой прибыли и рыночной капитализации, подтверждая эффективность выбранной бизнес-модели.

Отдельно стоит отметить деятельность регионального подразделения в России. После введения ограничительных мер в 2022 году локальный сегмент

перешёл в убыток, выручка сократилась в разы. Однако данные негативные изменения носят локальный характер и не оказывают существенного влияния на глобальные финансовые результаты всей платформы.

Размер и активность аудитории являются фундаментом успешности любой социальной платформы. С 2021 по 2025 год общее число ежемесячных активных пользователей TikTok стабильно росло. Несмотря на небольшое снижение среднего времени пребывания в приложении среди американских пользователей, данный показатель всё равно значительно выше, чем у ближайших конкурентов.

Основную часть аудитории составляют молодые люди поколения Z, которые отличаются высокой покупательской активностью. Большинство пользователей после просмотра видео совершают активные действия, а почти треть из них оформляет покупки товаров, найденных на платформе. Это делает TikTok привлекательным для брендов разных отраслей — прежде всего моды, косметики и товаров повседневного спроса.

Эффективность маркетинговых инструментов подтверждается высоким

показателем возврата рекламных инвестиций. Платформа активно развивает сотрудничество с инфлюенсерами, крупные авторы контента имеют многомиллионную аудиторию и выступают важным каналом продвижения товаров и услуг.

Основными конкурентами TikTok на рынке коротких видео являются Instagram Reels и YouTube Shorts. Несмотря на активные инвестиции конкурентов в развитие алгоритмов и торговых функций, TikTok сохраняет лидерство по аудитории, вовлечённости и эффективности рекламы. Главной угрозой остаётся постепенное замедление роста аудитории на зрелых рынках.

К ключевым рискам деятельности относятся строгие регуляторные ограничения в США, Европе и России, связанные с защитой персональных данных и модерацией контента. Новые нормативные акты увеличивают операционные расходы и ограничивают возможности монетизации. Также существуют рыночные риски: борьба за популярных создателей контента и быстрое изменение потребительских предпочтений.

Согласно прогнозам аналитиков, положительная динамика показателей

сохранится в ближайшие годы. Планируется дальнейшее развитие искусственного интеллекта в рекламных кампаниях, расширение интеграций с внешними торговыми платформами и создание обучающих программ для малого бизнеса. К концу 2026 года общий товарооборот социальной коммерции TikTok достигнет новых рекордных значений, а глобальная аудитория продолжит увеличиваться.

Исследование показало, что за период 2021–2025 годов платформа TikTok демонстрирует устойчивое развитие. Рост финансовых доходов, увеличение аудитории и высокая эффективность маркетинговых инструментов подтверждают жизнеспособность её бизнес-модели. Главным конкурентным преимуществом остаётся уникальная рекомендательная система и комплексный подход к монетизации, сочетающий рекламу и социальную торговлю.

Основными препятствиями для дальнейшего роста являются усиление конкуренции и разноплановые регуляторные ограничения в разных странах.

Для сохранения лидерских позиций компании необходимо продолжать модернизацию технологий, адаптировать инструменты под региональные особенности и развивать поддержку бизнес-клиентов и создателей контента.

Список использованных источников

1. Самухазр У. М. Маркетинговые инструменты повышения конкурентоспособности международной компании TikTok: магистерская диссертация. 2026.
2. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность цифровых компаний на глобальных рынках // Экономика современного бизнеса. 2024. № 2. С. 28–35.
3. Котлер Ф. Цифровой маркетинг в социальных медиа. Москва: Альпина Паблишер, 2023.
4. Statista. Обзор статистических показателей TikTok за 2021–2025 гг. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.statista.com> (дата обращения: 10.05.2026).
5. Общественная служба новостей. Финансовые результаты российского подразделения TikTok в 2025 году [Электронный ресурс]. URL: <https://www.osnmedia.ru> (дата обращения: 10.05.2026).