

Copyright © 2020 by Sochi State University



Published in the Russian Federation  
Sochi Journal of Economy  
Has been issued since 2007.  
ISSN: 2541-8114  
2020, 14(3): 292-301

[www.vestnik.sutr.ru](http://www.vestnik.sutr.ru)



UDC 33

## Digital Platforms as a Mechanism for Market Interaction between Sellers and Buyers of Goods and Services

Matvei S. Oborin <sup>a, b, c, d, \*</sup>

<sup>a</sup> Perm Institute (branch) of REU named after G.V. Plekhanov, Russian Federation

<sup>b</sup> Perm State National Research University, Russian Federation

<sup>c</sup> Perm State Agro-Technological University named after Academician D.N. Pryanishnikov, Russian Federation

<sup>d</sup> Sochi State University, Russian Federation

### Abstract

The article is devoted to the peculiarities of using digital platforms by market interaction subjects as an effective mechanism of cooperation. Scientific and technological progress determines the dynamics of regional and global markets. The acceleration of information exchange significantly affects the quality of implementation of projects and programs of various levels of complexity, determines the quality of obtaining and the value of the final results. A positive economic effect occurs by reducing transaction costs, providing access to information and technological resources for various categories. The creation of fundamentally new technologies, goods and services actualize the interest in digital platforms on the part of the state and business. The significance of digital platforms for business is described. Innovative solutions implemented in material production have a long-term effect, contribute to improving the competitiveness of domestic products, and determine the position of the country and region in global and regional markets. The main classification criteria of platforms that have practical significance are defined. The characteristic of the most common platforms in the world practice is presented. The functions and goals of using platforms in the development of socio-economic systems, potential user groups for which the information environment has been developed, are of great importance. The analysis of statistical data on the growth of the number of Internet users in the world and the increase in sales revenue of the world's leading companies that actively use platform technologies to achieve strategic business goals is carried out. An assessment of the advantages and limitations of using these digital solutions for market entities is presented. Promising directions for the development of digital platforms in the global and regional markets are substantiated. In Russia, the state is the main subject of innovation and development of digital technologies, so we can assume that the predominance of project and industry approach at the global level.

**Keywords:** digital platforms, regional markets, market participants, cooperation, advantages, collective behavior, information security.

### 1. Введение

Цифровая платформа является эффективной средой или механизмом формирования кооперационных связей рыночных субъектов, имеющих различную экономическую специализацию, которые могут быть территориально расположены в различных регионах.

\* Corresponding author

E-mail addresses: [recreachin@rambler.ru](mailto:recreachin@rambler.ru) (M.S. Oborin)

Особенности совместной деятельности и система формируемых преимуществ позволяют выделить наиболее существенные характеристики рассматриваемой технологии ([Digital, 2019](#)):

1. Разрабатывается и реализуется формализованный алгоритм кооперационных связей в бизнес-процессе. Система порядка взаимодействия ограничена и описана.

2. Взаимовыгодные экономические, управленческие, кооперационные отношения участников платформ.

3. Функциональное распределение обязанностей участников, применяющих технологии платформы для производства единого продукта или услуги.

4. Общее информационное пространство, где взаимодействуют участниками и соответствующие информационные технологии.

5. Эффект уменьшения операционных издержек благодаря применению цифровых платформ.

Рассматривая отдельные виды цифровых платформ и их осуществления необходимо определить и оценить следующие особенности цифровых платформ:

1. Целью платформы является основной вид деятельности, который реализуется с применением цифровых решений, имеющих территориальный или отраслевой эффект.

2. Субъекты бизнес-среды, применяющие цифровые платформы, включая основных бенефициаров.

3. Информационные эффекты, получаемые платформой от участников:

– обработка информации;

– данные для принятия решений;

– коммерческие и производственные результаты, возникшие благодаря применению цифровых платформ.

4. Элементный состав технологии.

Вышеуказанные характеристики и функциональные преимущества цифровых платформ позволяют разрабатывать и применять типовые платформенные решения для осуществления программ цифровизации на федеральном и региональных уровнях ([Global digital population..., 2020](#)).

## 2. Материалы и методы

Исследование проведено на основе контент-анализа научно-теоретических работ, посвященных вопросам цифрового развития социально-экономических систем на азе инновационных платформенных решений. Основные методы получения результатов: общенаучные методы анализа и синтеза, моделирование социально-экономических процессов.

## 3. Обсуждение

Цифровая платформа представляет качественно новую прорывную инновацию, которая в то же время дает дополнительные возможности для традиционного бизнеса ([Коблова и др., 2017](#)). Особое внимание уделяется особенностям цифровых потребителей на рынке товаров и услуг ([Коблова, Мурыгина, 2018](#)).

Анализ научных работ позволил определить наиболее распространенные модели цифровых платформ, которые используются в экономике различных государств.

Инструментальная цифровая платформа. Результатом является снижение себестоимости участников, использующих платформу на основе реализуемых технологических решений: с помощью многократного повторного применения инструментов данных после их разработки и учета. Инструментальные цифровые платформы включают в себя как программные библиотеки, так и аппаратные программные устройства, которые применяются для создания более сложных прикладных систем ([Percentage of consumers worldwide, 2019](#)).

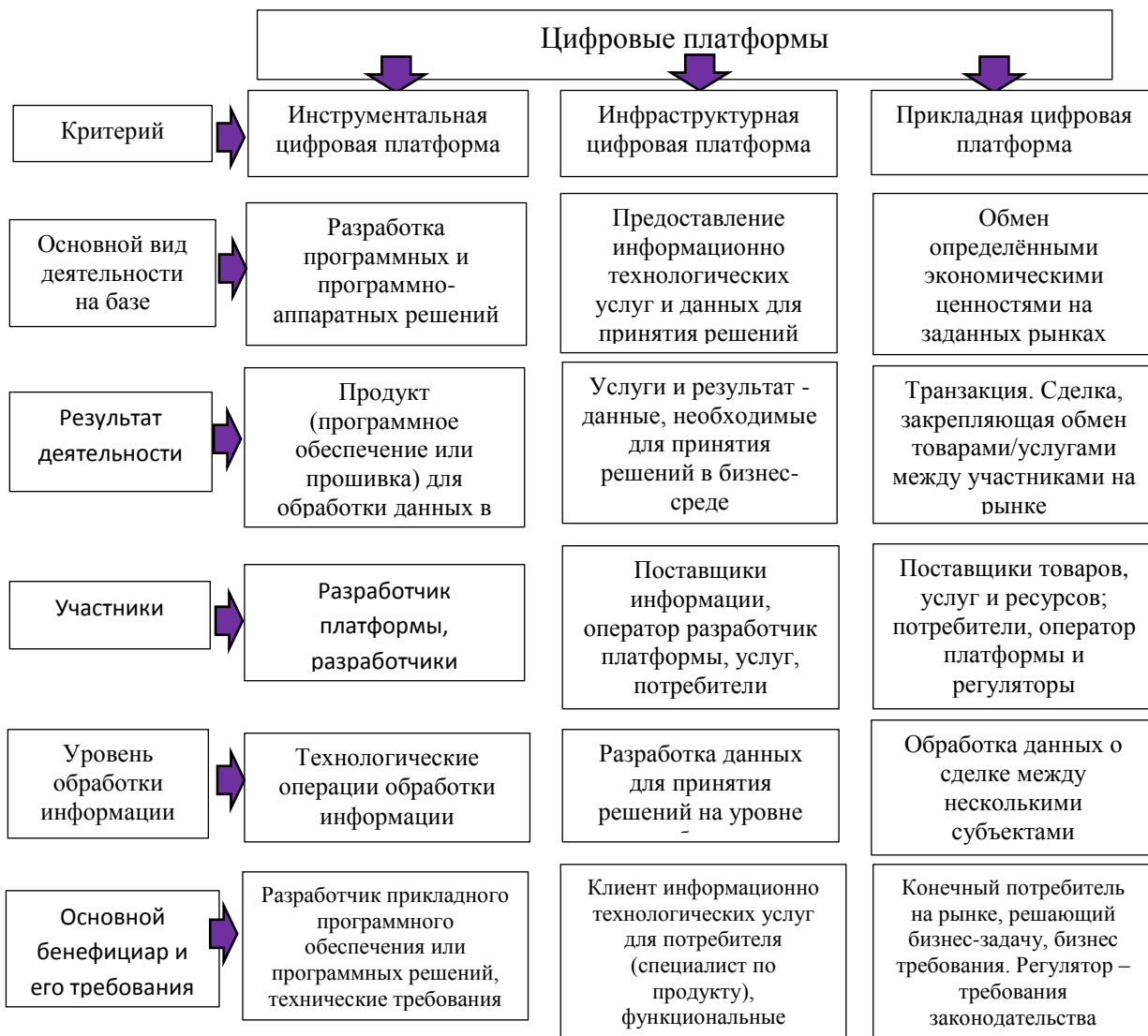
Инфраструктурная цифровая платформа. Состав структуры: источники информации, способы доставки информации, способы хранения, инструментальная цифровую платформу и инфраструктуру для ее исполнения, информационно технологические услуги, инструменты программирования, настройку и объединение информационно-технологических сервисов с платформой и между собой. Результатом функционирования технологии данного типа является кооперация и алгоритм взаимодействия субъектов.

Прикладная цифровая платформа. Значимость прикладной платформы состоит в предоставлении возможности обмена и упрощения процедуры ее исполнения благодаря последовательности и увеличению прозрачности. Основным экономическим эффектом является оптимизация транзакционных издержек в условиях единой информационной среды. В то же время прикладная платформа помогает потребителям и поставщикам находить друг друга, а также обеспечивает расчетно-платежные операции (McCabe, Snyder, 2018).

Отраслевая цифровая платформа. Формирование прикладных цифровых платформ происходит как через рынок, так и по линии государственного проектного финансирования. При государственном контроле формируемая платформа уже имеет масштаб отраслевого уровня и осуществляет реализацию рыночных целей, цифровую генерацию и структурирование обмена данными участников, которые не обязательно вовлечены в прямые рыночные отношения друг с другом. К примеру, между субъектом бизнес-среды, налоговой, контролирующими инстанциями. В данном случае технология является нормативным инструментом для создания и управления наиболее объективной картиной состояния отрасли (Reuver, 2020).

#### 4. Результаты

В мировой практике распространены следующие виды цифровых платформ:



**Рис. 1.** Типы цифровых платформ (составлено на основе Гелисханов и др., 2018; Доклад о цифровой экономике, 2019; Daily internet access..., 2018)

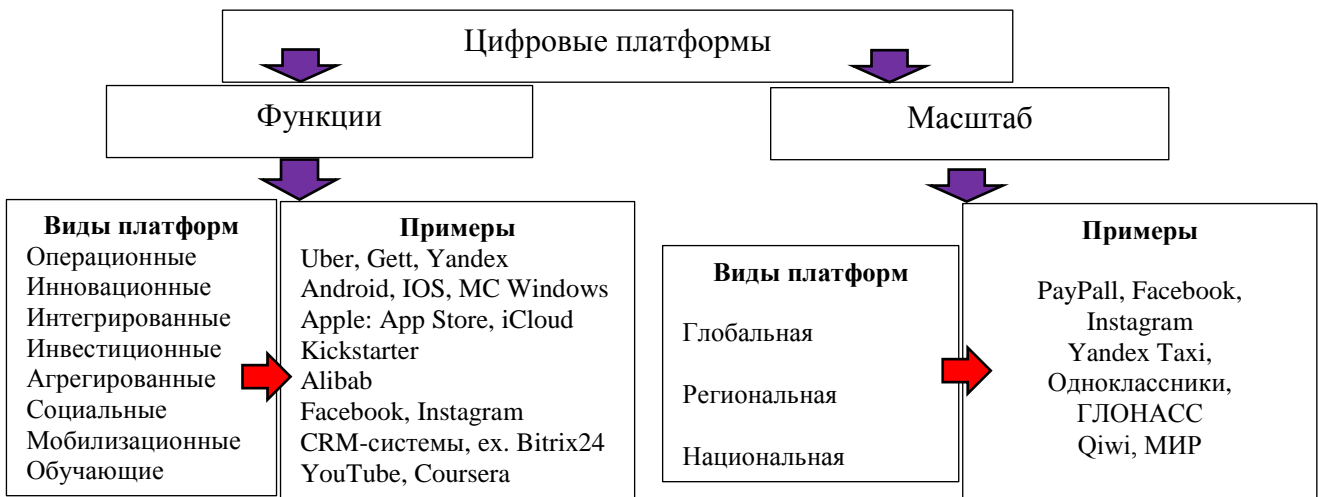
1. Цифровая платформа, которая применяется на практике в качестве инструментальной платформы, основана на программном комплексе, позволяющем субъектам реализовывать сложные проектные решения, имеющие значения для различных социально-экономических систем.

2. Цифровая платформа, сформированная в качестве инфраструктурной основы разработки и реализации решений прикладных задач различного уровня, в том числе маркетинговых, рыночных, производственных, сервисных, имеющих выгоды для различных субъектов региональных и глобального рынков.

3. Технология обслуживания определенной бизнес-модели, необходимой для функционирования производственных комплексов, которая обеспечивает реализацию определенного алгоритма обмена информацией и координирующей коллективное поведение участников единого производственного цикла, что позволяет получать экономические, технологические и управленческие преимущества.

Анализ научно-теоретических работ, посвященных проблеме исследования, позволил выделить основные виды цифровых платформ, представляющих интерес с точки зрения развития и оптимизации деятельности социально-экономических систем различных уровней ([Рисунок 1](#)).

Существуют и иные классификационные критерии цифровых платформ ([Рисунок 2](#)).



**Рис. 2.** Функционально-пространственная классификация цифровых платформ (составлено на основе [Месропян, 2020](#))

Необходимо заметить, что рассмотренная классификация цифровых платформ применяются достаточно часто.

В реально созданной цифровой среде платформы не полностью отвечают значению и характеристикам, отмеченным на [Рисунках 1 и 2](#). В настоящее время механизмы рыночного регулирования внедрения и реализации услуг на базе рассматриваемой технологии только формируются ([Leading online companies..., 2018](#)).

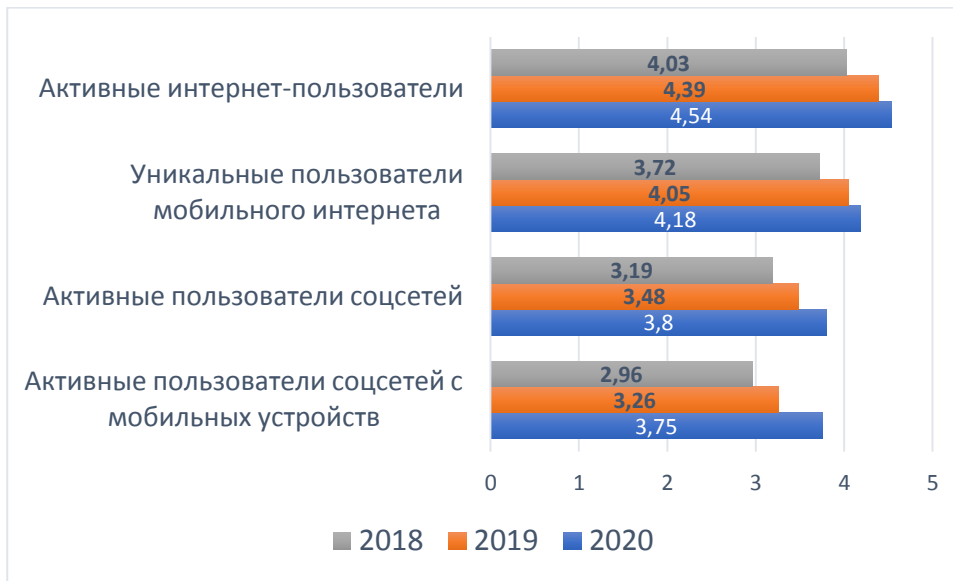
Сегодня задача предпринимателя заключается в том, чтобы адаптироваться к платформенным технологиям, либо разработать собственную инновацию ([Осипов, 2018](#)).

Экономические показатели Рунета по итогам 2019 года достигли 4,7 трлн. рублей. По отношению к 2018 году этот показатель увеличился на 20 %. При этом только на электронную коммерцию приходится около 2,8 трлн. рублей (59,6 %) ([Дубинин, 2020](#)).

Цифровая платформа представляет сложный механизм взаимовыгодной кооперации субъектов региональных и глобальных рынков, позволяющий различным сторонам взаимодействовать в режиме онлайн.

Цифровые потребители представляют значительный сегмент рынка, который применяет цифровые технологии в процессе выбора, анализа и приобретения товаров и услуг. Они сильно взаимосвязаны с брендами из-за увеличения узнаваемости брендов посредством онлайн-покупок и поиска информации онлайн.

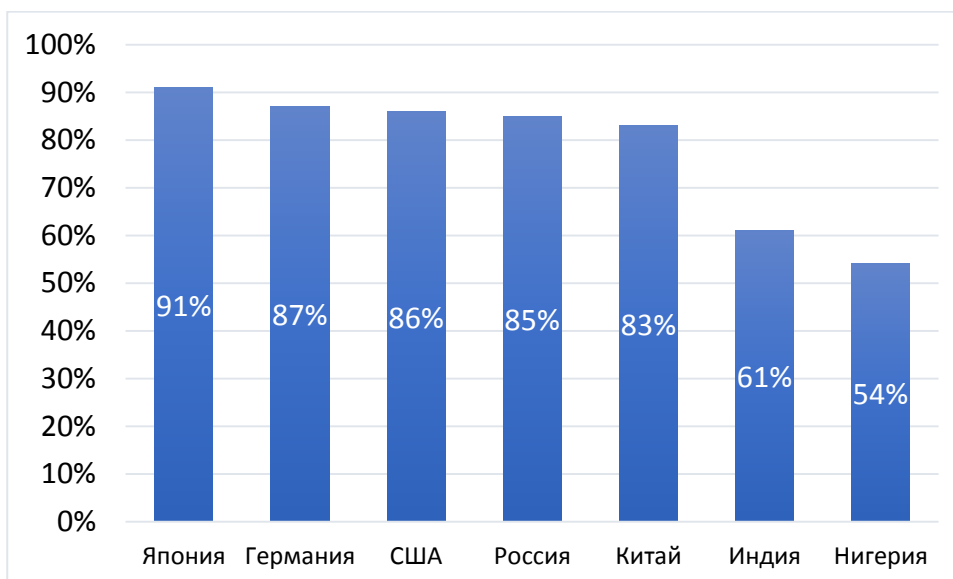
Поскольку уровень развития цифровых платформ напрямую зависит от количества их активных пользователей, то рассмотрим динамику пользователей интернета в мире в целом (Рисунок 3).



**Рис. 3.** Количество интернет-пользователей в мире на январь 2018–2020 гг., млрд чел. (составлено по данным Паркер и др., 2017; Панкина, 2018)

Согласно приведенной диаграмме, наблюдается рост проникновения интернета. По состоянию на январь 2020 года 4,54 млрд человек были активными пользователями интернета, что на 3,41 % больше показателя прошлого года и составляет 59 % мирового населения. Китай, Индия и США опережают все остальные страны по количеству интернет-пользователей, Россия находится лишь на 8 месте рядом с Японией.

Не менее важна частота пользования интернетом, поскольку, как правило, только вовлеченные пользователи склонны к совершению онлайн-покупок. Рассмотрим показатель ежедневного доступа пользователей в интернет на отдельных онлайн-рынках по состоянию на 01.01. 2020 г.



**Рис. 4.** Уровень ежедневного использования Интернета пользователями в отдельных странах по состоянию на январь 2020 года в % (составлено по данным источника Осипов, 2018)

Как видно из [Рисунка 4](#), наблюдается высокий уровень вовлеченности интернет-пользователей в наиболее развитых и развивающихся странах. 85 % респондентов из России заявили, что они ежедневно выходят в интернет, тогда как только 54 % опрошенных из Нигерии ответили то же самое.

Процесс цифровизации экономики не сбавляет свои темпы, цифровые платформы становятся все более используемыми в повседневной жизни, поэтому и платформенные компании растут с не малой скоростью. Для оценки развития цифровых платформ рассмотрим динамику доходов одних из крупнейших по капитализации интернет-компаний в мире и в России, на которые приходится существенная доля онлайн-продаж.

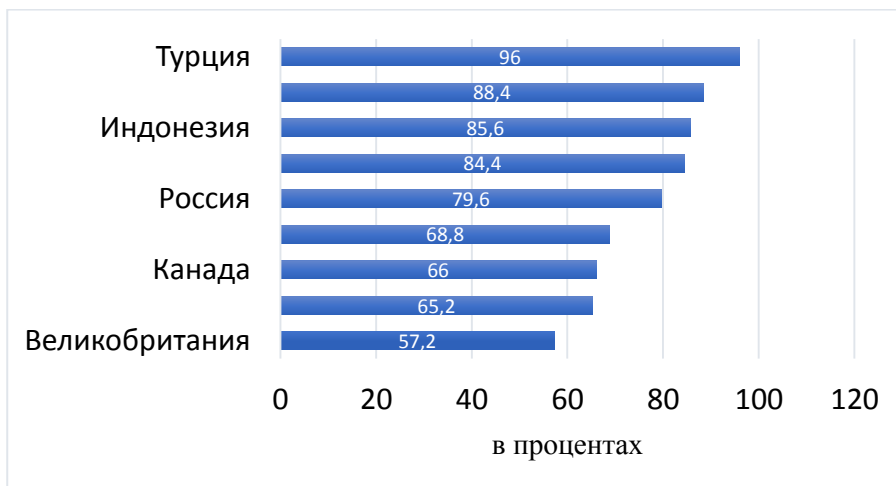
**Таблица 1.** Выручка ведущих платформенных компаний за 2017–2019 гг., млрд долл. США\*

Компания	2017	2018	2019	Темп прироста, %
Apple	229,23	265,6	260,17	-2,04
Amazon	177,87	232,89	280,52	+20,45
Alphabet (Google)	109,65	136,22	161,86	+18,82
Facebook	40,65	55,84	70,7	+26,61
Alibaba	22,99	56,15	-	-
Яндекс	1,67	1,95	2,74	+37,4
Mail.Ru Group	1,02	1,09	1,32	+22,4

\*составлено по данным Ревина, 2017

Как видно из [Таблицы 1](#) выручка крупных компаний растет за счет он-лайн продаж и применения современных технологий обслуживания.

Поскольку покупка товаров или услуг в интернет-пространстве происходит как правило не напрямую, а под влиянием рекламы, размещенной на площадках цифровых платформ, то рассмотрим долю потребителей, которые хотя бы раз совершали подобные онлайн-покупки ([Рисунок 5](#)).



**Рис. 5.** Потребители совершавшие покупки под влиянием онлайн-рекламы по странам на январь 2019 г., в % (составлено по данным [Селин, 2020](#))

Согласно представленным данным, 96 % респондентов из Турции сообщили, что они совершали онлайн-покупки под влиянием рекламы в интернете или социальных сетях, в то время, как только 57,2 % респондентов из Великобритании заявили то же самое. Также почти 80 % россиян имели опыт в совершении покупок в интернете.

В завершении анализа можно говорить о положительной тенденции и перспективах в развитии цифровых платформ как в России, так и за рубежом.

Преимущества использования цифровых платформ продавцами товаров и услуг:  
- развитие прямых кооперационных связей между участниками проектов;

- получение экономических, рыночных и технологических преимуществ субъектами различных рынков;
  - расширение рыночного присутствия и повышение конкурентных преимуществ участников, использующих платформенные технологии и решения для бизнеса.
- Основные ограничения широкого применения платформенных технологий:
- сложность в обеспечении информационной безопасности уникальных данных;
  - отсутствие эффективных нормативно-правовых механизмов регулирования взаимодействия участников рынка, связанных с цифровыми технологиями;
  - возможность рыночного и экономического злоупотребления правом собственников платформ;
  - сложности четкой регламентации статуса участников платформы.

## 5. Заключение

Проведенное исследование позволяет предположить дальнейший рост доминирования платформ-лидеров, о чем свидетельствуют темпы роста финансово-экономических показателей ведущих мировых компаний. Россия становится полноправным участником процесса цифровизации за счет роста числа цифровых потребителей в России и повышения благосостояния населения; формирования сетевого социального пространства и увеличения численности населения, применяющего цифровые технологии в профессиональных и личных целях; развития облачных технологий в России (например, облачная платформа Ростелеком).

Кризисные макроэкономические условия в еще большей степени актуализировали формирование благоприятных условий реализации достижений научно-технологический прогресс на различных уровнях управления: малый и средний бизнес, регионы, производственные комплексы и технологические парки.

Потенциал цифровых платформ используется пока недостаточно широко, но имеющиеся результаты свидетельствуют о больших возможностях сокращения издержек, обмену опытом и технологиями субъектов различной отраслевой специализации и территориальной удаленности. Данная технология является основой формирования цифрового рыночного пространства и обеспечению доступа для представителей бизнес-среды к передовым разработкам и решениями для производства, сферы услуг, обслуживания потребителей.

## Литература

Гелисханов и др., 2018 – Гелисханов И.З., Юдина Т.Н., Бабкин А.В. Цифровые платформы в экономике: сущность, модели, тенденции развития // *Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки*. 2018. Т. 11. № 6. С. 22-36.

Доклад о цифровой экономике, 2019 – Доклад о цифровой экономике 2019. Конференция организации объединенных наций по торговле и развитию. [Электронный ресурс]. URL: [https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/der2019\\_overview\\_ru.pdf](https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/der2019_overview_ru.pdf) (дата обращения: 18.06.2020).

Дубинин, 2020 – Дубинин А.И. Экономические системы на новых цифровых платформах. Сетевое издание «ПолитРоссия». [Электронный ресурс]. URL: <https://politros.com/160403-samonkin-rasskazal-kak-rt-vystraivaet-ekonomicheskuyu-sistemu-na-novykh-cifrovyykh-platformakh> (дата обращения: 18.06.2020).

Коблова, Мурыгина, 2018 – Коблова Ю.А., Мурыгина Н.В. Особенности рыночного механизма в цифровой экономике // *Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. Экономика и бизнес*. 2018. Т. 9, № 5. С. 29-33.

Коблова и др., 2017 – Коблова Ю.А., Попов М.В., Мурыгина Н.В. Институты виртуального пространства: механизм, закономерности формирования и новые угрозы // *Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета*. 2017. № 3 (67). С. 82-86.

Месропян, 2020 – Месропян В.Н. Цифровые платформы – новая рыночная власть // [Электронный ресурс]. URL: <https://www.econ.msu.ru/sys/raw.php?o=46781&p=attachment> (дата обращения: 22.06.2020).

Осипов и др., 2018 – Осипов Ю.М., Юдина Т.Н., Гелисханов И.З. Цифровая платформа как институт эпохи технологического прорыва // *Экономические стратегии*. 2018. № 5 (155). С. 22-29.

**Паркер и др., 2017** – Паркер Дж., Альстин М. ван, Чаудари С. Революция платформ. Как сетевые рынки меняют экономику – и как заставить их работать на вас. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. 304 с.

**Панкина и др., 2018** – Панкина Т.В., Никушин А.Ф., Бойкова А.В. Привлечение и удержание покупателей в электронной торговле // *Российское предпринимательство*. 2018. Т. 19. № 3. С. 59-68.

**Ревина, 2017** – Ревина С.Ю. Тенденции и перспективы российской электронной коммерции // *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Экономика*. 2017. Т. 25. № 4. С. 487-497.

**Селин, 2020** – Селин А.Н. Цифровые модели бизнеса: магистральный тренд современного рынка // *Дайджест новостей мира высоких технологий*. 2020. № 1. С. 1-14.

**Daily internet access..., 2018** – Daily internet access of users in selected global online markets as of January 2018 // Официальный сайт немецкой компании Statista. [Электронный ресурс] URL: <https://www.statista.com/statistics/408506/internet-usage-frequency-daily-worldwide/> (дата обращения: 16.06.2020).

**DIGITAL 2019** – DIGITAL 2019. [Электронный ресурс]. URL: [https://themimu.info/sites/themimu.info/files/documents/Report\\_Digital\\_2019\\_Myanmar\\_Kepios\\_Jan2019.pdf](https://themimu.info/sites/themimu.info/files/documents/Report_Digital_2019_Myanmar_Kepios_Jan2019.pdf) (дата обращения: 01.07.2020).

**Global digital population..., 2020** – Global digital population as of January 2020 // Официальный сайт немецкой компании Statista [Электронный ресурс]. URL: <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/> (дата обращения: 16.06.2020).

**Leading online companies..., 2018** – Leading online companies ranked by revenue from 2017 to 2018 // Официальный сайт немецкой компании Statista [Электронный ресурс]. URL: <https://www.statista.com/statistics/277123/internet-companies-revenue/> (дата обращения: 16.06.2020).

**Percentage of consumers worldwide..., 2019** – Percentage of consumers worldwide who have never made a purchase due to online or social media advertisements as of January 2019, by country // Официальный сайт немецкой компании Statista [Electronic resource]. URL: <https://www.statista.com/statistics/988893/consumers-never-made-purchase-due-online-social-media-ads-worldwide/> (date of access: 16.06.2020).

**Reuver et al., 2020** – Reuver M. de, Sørensen C., Basole R.C. The digital platform: a research agenda // *Journal of Information Technology*. 2020. Vol. 33, № 2. Pp. 124-135.

**McCabe, Snyder, 2018** – McCabe M.J., Snyder C.M. Open access as a crude solution to a hold-up problem in the two-sided market for academic journals // *The Journal of Industrial Economics*. 2018. Vol. 66. Is. 2. Pp. 301-349.

## References

**Daily internet access..., 2018** – Daily internet access of users in selected global online markets as of January 2018 // Official website of the German company Statista. [Electronic resource]. URL: <https://www.statista.com/statistics/408506/internet-usage-frequency-daily-worldwide/> (date of access: 16.06.2020).

**DIGITAL 2019** – DIGITAL 2019. [Electronic resource]. URL: [https://themimu.info/sites/themimu.info/files/documents/Report\\_Digital\\_2019\\_Myanmar\\_Kepios\\_Jan2019.pdf](https://themimu.info/sites/themimu.info/files/documents/Report_Digital_2019_Myanmar_Kepios_Jan2019.pdf) (date of access: 01.07.2020).

**Doklad o tsifrovoi ekonomike, 2019** – Doklad o tsifrovoi ekonomike 2019. Konferentsiya organizatsii ob"edinennykh natsii po trgovle i razvitiyu [Digital economy report 2019. United Nations Trade and Development Conference]. [Electronic resource]. URL: [https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/der2019\\_overview\\_ru.pdf](https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/der2019_overview_ru.pdf) (date of access: 18.06.2020). [in Russian]

**Dubinin, 2020** – Dubinin A.I. (2020). Ekonomicheskie sistemy na novykh tsirovykh platformakh. Setevoe izdanie «PolitRossiya» [Economic systems on new digital platforms. The online edition "PolitRussia"]. [Electronic resource]. URL: <https://politros.com/160403-samonkin-rasskazal-kak-rf-vystraivaet-ekonomicheskuyu-sistemu-na-novykh-cifrovyykh-platformakh> (date of access: 18.06.2020). [in Russian]

**Geliskhanov i dr., 2018** – Geliskhanov I.Z., Yudina T.N., Babkin A.V. (2018). Tsifrovye platformy v ekonomike: sushchnost', modeli, tendentsii razvitiya [Digital platforms in the



economy: essence, models, development trends]. *Nauchno-tehnicheskie vedomosti SPbGPU. Ekonomicheskie nauki*. T. 11. 6: 22-36. [in Russian]

**Global digital population..., 2020** – Global digital population as of January 2020 // Official website of the German company Statista [Electronic resource]. URL: <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/> (date of access: 16.06.2020).

**Koblova i dr., 2017** – *Koblova Yu.A., Popov M.V., Murygina N.V.* (2017). Instituty virtual'nogo prostranstva: mekhanizm, zakonomernosti formirovaniya i novye ugrozy [Institutions of the virtual space: mechanism, patterns of formation and new threats]. *Vestnik Saratovskogo gosudarstvennogo sotsial'no-ekonomicheskogo universiteta*. № 3 (67). Pp. 82-86. [in Russian]

**Koblova, Murygina, 2018** – *Koblova Yu.A., Murygina N.V.* (2018). Osobennosti rynochnogo mekhanizma v tsifrovoi ekonomike [Features of the market mechanism in the digital economy]. *Vestnik Saratovskogo gosudarstvennogo sotsial'no-ekonomicheskogo universiteta. Ekonomika i biznes*. T. 9, № 5. Pp. 29-33. [in Russian]

**Leading online companies..., 2018** – Leading online companies ranked by revenue from 2017 to 2018 // Official website of the German company Statista. [Electronic resource]. URL: <https://www.statista.com/statistics/277123/internet-companies-revenue/> (date of access: 16.06.2020).

**McCabe, Snyder, 2018** – *McCabe M.J., Snyder C.M.* (2018). Open access as a crude solution to a hold-up problem in the two-sided market for academic journals. *The Journal of Industrial Economics*. 66(2): 301-349.

**Mesropyan, 2020** – *Mesropyan V.N.* (2020). Tsifrovye platformy – novaya rynochnaya vlast' [Digital platforms – new market power]. [Electronic resource]. URL: <https://www.econ.msu.ru/sys/raw.php?o=46781&p=attachment> (date of access: 22.06.2020). [in Russian]

**Osipov i dr., 2018** – *Osipov Yu.M., Yudina T.N., Geliskhanov I.Z.* (2018). Tsifrovaya platforma kak institut epokhi tekhnologicheskogo proryva [Digital platform as an institution of the era of technological breakthrough]. *Ekonomicheskie strategii*. 5 (155): 22-29. [in Russian]

**Pankina i dr., 2018** – *Pankina T.V., Nikishin A.F., Boikova A.V.* (2018). Privlechenie i uderzhanie pokupatelei v elektronnoi torgovle [Attracting and retaining buyers in e-commerce]. *Rossiiskoe predprinimatel'stvo*. T. 19. 3: 59-68. [in Russian]

**Parker i dr., 2017** – *Parker Dzh., Al'stin M. van, Chaudari S.* (2017). Revolyutsiya platform. Kak setevye rynki menyayut ekonomiku – i kak zastavit' ikh rabotat' na vas [Platform Revolution. How online markets are changing the economy – and how to make them work for you]. M.: Mann, Ivanov i Ferber. 304 p. [in Russian]

**Percentage of consumers worldwide..., 2019** – Percentage of consumers worldwide who have never made a purchase due to online or social media advertisements as of January 2019, by country // Official website of the German company Statista. [Electronic resource]. URL: <https://www.statista.com/statistics/988893/consumers-never-made-purchase-due-online-social-media-ads-worldwide/> (date of access: 16.06.2020).

**Reuver et al., 2020** – *Reuver, M. de, Sørensen, C., Basole, R.C.* (2020). The digital platform: a research agenda. *Journal of Information Technology*. 33(2): 124-135.

**Revinova, 2017** – *Revinova S.Yu.* (2017). Tendentsii i perspektivy rossiiskoi elektronnoi kommertsii [Trends and prospects of Russian e-commerce]. *Vestnik Rossiiskogo universiteta družby narodov. Seriya: Ekonomika*. T. 25. 4: 487-497. [in Russian]

**Selin, 2020** – *Selin A.N.* (2020). Tsifrovye modeli biznesa: magistral'nyi trend sovremennogo rynka [Digital business models: the main trend of the modern market]. *Daidzhest novostei mira vysokikh tekhnologii*. 1: 1-14. [in Russian]

УДК 33

## Цифровые платформы как механизм рыночного взаимодействия продавцов и покупателей товаров и услуг

Матвей Сергеевич Оборин <sup>a, b, c, d, \*</sup>

<sup>a</sup> Пермский институт (филиал) Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова, Российская Федерация

<sup>b</sup> Пермский государственный национальный исследовательский университет, Российская Федерация

<sup>c</sup> Пермский государственный аграрно-технологический университет имени академика Д.Н. Прянишникова, Российская Федерация

<sup>d</sup> Сочинский государственный университет, Российская Федерация

**Аннотация.** Статья посвящена особенностям применения цифровых платформ субъектами рыночного взаимодействия, как эффективному механизму кооперации. Научно-технический прогресс определяет динамику развития региональных и глобальных рынков. Ускорение информационного обмена существенно влияет на качество реализации проектов и программ различного уровня сложности, определяет сроки получения и ценность итоговых результатов. Положительный экономический эффект возникает за счет снижения транзакционных издержек, обеспечения доступа к информационным и технологическим ресурсам для различных категорий. Создание принципиально новых технологий, товаров и услуг актуализируют интерес к цифровым платформам со стороны государства и бизнеса. Охарактеризовано значение цифровых платформ для бизнеса. Инновационные решения, внедряемые в материальное производство, имеют длительный эффект, способствуют повышению конкурентоспособности отечественных товаров, определяют положение страны и региона на глобальных и региональных рынках. Определены основные классификационные критерии платформ, имеющие практическую значимость. Представлена характеристика наиболее распространенных в мировой практике платформ. Важное значение имеют функции и цели использования платформ в развитии социально-экономических систем, потенциальные группы пользователей, для которых разработана информационная среда. Проведен анализ статистических данных о росте численности интернет-пользователей в мире и повышении выручки продаж ведущих мировых компаний, активно использующих платформенные технологии в достижении стратегических целей бизнеса. Представлена оценка преимуществ и ограничений применения данных цифровых решений для рыночных субъектов. Обоснованы перспективные направления развития цифровых платформ на глобальном и региональных рынках. В России государство является основным субъектом инновационной деятельности и развития цифровых технологий, поэтому можно предположить о преобладании проектного и отраслевого подхода на глобальном уровне.

**Ключевые слова:** цифровые платформы, региональные рынки, участники рынка, кооперация, преимущества, коллективное поведение, информационная безопасность.

---

\* Корреспондирующий автор

Адреса электронной почты: [recreachin@rambler.ru](mailto:recreachin@rambler.ru) (М.С. Оборин)