(cc) BY

Тишкова Виктория Сергеевна
студентка
Научный руководитель
Чопчиц Инна Николаевна
преподаватель
Красноярский филиал ФГОБУ ВО «Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации»
г. Красноярск, Красноярский край

ЦИФРОВЫЕ ПЛАТФОРМЫ: НОВЫЙ ВЗГЛЯД НА БИЗНЕС И ТЕХНОЛОГИИ

Аннотация: *в статье рассматривается роль цифровых платформ как ключевого фактора успеха бизнеса в современном мире. Даётся определение понятия «цифровая платформа» на основе нескольких авторитетных источников. В результате обобщения сформулировано общее понимание цифровой платформы как программного решения. Представлена классификация и приведены конкретные примеры цифровых платформ, распространённых в России, анализируются основные преимущества использования цифровых платформ для бизнеса. Вместе с тем в статье обозначены риски и угрозы, связанные с использованием цифровых платформ.*

Ключевые слова: *цифровая платформа, риски, эффективность, экономика, инновации, цифровая трансформация, кибербезопасность, анкетирование, стиль self-service, фишинг.*

Что же способствует успеху бизнеса в современном мире? Одним из ключевых факторов, способствующих успеху бизнеса в современном мире, является использование цифровых платформ. Эти платформы изменили подходы компаний к работе и взаимодействию с клиентами. В настоящее время цифровые платформы составляют основу большинства успешных бизнес-моделей. Но что такое цифровая платформа и почему она так важна для достижения успеха? Думаем,

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

стоит в общем ответить на вопрос, что такое цифровая платформа? Есть множество определений, рассмотрим пару из них. Специалист по праву и технологиям Джули Э. Коэн описала цифровую платформу как «основную организационную форму формирующейся информационной экономики», которая при определённых обстоятельствах может заменить традиционные рынки [3].

Википедия предлагает следующее определение: цифровая платформа представляет собой основанную на программном обеспечении онлайн инфраструктуру, которая облегчает взаимодействие пользователей и проведение транзакций [5].

По определению Минтранса России, цифровая платформа – это «система алгоритмизированных взаимовыгодных взаимоотношений значимого количества независимых участников отрасли экономики (или сферы деятельности), осуществляемых в единой информационной среде, приводящая к снижению транзакционных издержек за счёт применения пакета цифровых технологий работы с данными и изменения системы разделения труда».

Таким образом, можно утверждать, что цифровая платформа – это программное решение, которое упрощает создание, управление и предоставление услуг, продуктов или контента. Она служит основой для онлайн взаимодействия между предприятиями, индивидуумами и организациями, а также для совместной работы и совершения сделок.

Цифровые платформы могут принимать различные формы: от веб-сайтов электронной коммерции и мобильных приложений до социальных сетей и облачных сервисов. Цифровая платформа выполняет роль посредника, связывая различные группы, чаще всего потребителей и производителей, и предлагая структурированную среду для обмена товарами, услугами или информацией. Основная идея цифровой платформы заключается в использовании технологий для упрощения такого взаимодействия, что делает процессы более эффективными, масштабируемыми и доступными.

Некоторые из наиболее известных примеров цифровых платформ в России включают следующие.

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

Маркетплейсы и агрегаторы услуг: «Яндекс», Wildberries, Ozon, «Сбер мега маркет», «Яндекс такси», In drive, «Островок.ру», «Авиасейлс», «Билеты РЖД», «Туту», «Кассир.ру», «Афиша», «Суточно.ру» и другие.

Классифайды: «Авито», «Юла», «Домклик», «Циан» и другие.

Шеринговые платформы: «Яндекс драйв», «Делимобиль», «Ситимобил», Whoosh, Volt, BlaBlaCar и другие.

Платформы для рынка труда: HH.ru, You do, Superjob, Freelance, «Профи.ру», «Консоль», «Контур», «Я сам» и другие.

Финтех-решения и краудфандинг: система быстрых платежей, приложения ВТБ, «Сбера», «Т-Банка», «Альфа-банка» и другие, «Ю money», «Я Pay», Planeta.ru и другие.

Информационно-справочные платформы и госплатформы: «Яндекс карты», «2 ГИС», «Госуслуги», Mos.ru, «Мой налог», Единая государственная информационная система в сфере здравоохранения и другие.

Развлекательные ресурсы: «Яндекс.Музыка», «Кинопоиск», Okko, Premier, KION, Pikabu, Fandom и другие.

Соцсети, видеохостинги, мессенджеры, почта, связь: приложения МТС, «Билайн», «Мегафон», «ВКонтакте», «Одноклассники», Telegram, Rutube, «Почта Mail.ru», «Яндекс почта» и другие.

Каждая из этих платформ объединяет пользователей – будь то покупатели, продавцы, создатели контента или поставщики услуг – и предлагает инструменты и функции, которые облегчают им ведение бизнеса и взаимодействие с другими людьми. Цифровые платформы стали основой современной экономики, стимулируя инновации и меняя методы работы бизнеса.

В современной бизнес-среде цифровые платформы уже не являются опционными – они стали необходимыми для достижения успеха. Рассмотрим, каковы же основные причины этого.

Обеспечение глобального охвата. Одним из самых значительных преимуществ цифровых платформ является возможность охвата глобальной аудитории.

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

Традиционный бизнес часто ограничивался географическими рамками, но с помощью цифровых платформ компании могут взаимодействовать с потребителями и партнёрами по всему миру. Будь то интернет-магазин, присутствие в социальных сетях или платформа для обмена контентом, организации получают доступ к клиентам в различных регионах без необходимости открытия физических магазинов или офисов. Такой глобальный охват открывает новые рынки и источники дохода, позволяя компаниям быстро масштабироваться. Это также даёт возможность привлекать международные таланты и ресурсы, создавая дополнительные возможности для роста и инноваций.

Экономичность и масштабируемость. Создание традиционной бизнес-инфраструктуры часто требует значительных инвестиций в физические активы, недвижимость и персонал. В отличие от этого, цифровые платформы предлагают более экономичный подход [4].

С минимальными первоначальными вложениями компании могут создать своё онлайн присутствие и сразу начать взаимодействовать с клиентами. Масштабируемость цифровых платформ дополнительно увеличивает их экономическую эффективность.

Как только цифровая платформа настроена, она способна обрабатывать увеличивающийся объем транзакций, клиентов или пользователей без значительных дополнительных затрат.

Например, платформы электронной коммерции, позволяют компаниям расти от небольшого локального магазина до глобального бизнеса без необходимости серьёзной модернизации инфраструктуры.

Аналогично, облачные платформы могут динамически регулировать свои ресурсы в зависимости от спроса, позволяя компаниям оплачивать только те услуги, которые они фактически используют.

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

Рис. 1. Динамика популярности маркетплейсов в России

Доступ к данным и аналитической информации. Цифровые платформы предоставляют компаниям возможность получать доступ к обширным данным и аналитической информации, которые помогают принимать обоснованные решения. Yandex DataLens – пожалуй, самое известное отечественное BI-решение в стиле self-service. Это облачная платформа от Яндекса для визуализации и анализа данных, Множество российских фирм начали миграцию именно на DataLens – например, «Магнит» делает на нём аналитику программ лояльности, «Транс Контейнер» перенёс отчётность для 600 сотрудников, «Ренессанс Страхование» всего за 3 месяца перевёл в DataLens всю свою корпоративную аналитику. Даже Яндекс.Маркет и Yandex Go постепенно перевели отчётность на DataLens, найдя его более удобным и экономичным для массовых пользователей. Такие инструменты собирают и хранят значительные объёмы информации о поведении пользователей, покупательских паттернах, уровнях вовлеченности и многом другом. Анализируя эти данные, компании могут лучше понять потребности, предпочтения и «болевые точки» своих клиентов. Подход, основанный на данных, позволяет компаниям оптимизировать маркетинг, улучшать предлагаемые продукты, персонализировать клиентский опыт и принимать более обоснованные решения о стратегии и росте. Возможность собирать и анализировать данные в режиме реального времени является одной из ключевых причин высокой эффективности цифровых платформ.

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

Повышение качества обслуживания клиентов. Качество обслуживания клиентов является решающим фактором успеха любого бизнеса, и цифровые платформы разрабатываются с акцентом на это. Благодаря интуитивно понятным интерфейсам, персонализированным рекомендациям, удобным платёжным системам и автоматизированной поддержке клиентов цифровые платформы улучшают взаимодействие компаний с клиентами. Например, платформы электронной коммерции, такие как Ozon, предлагают персонализированные рекомендации по продуктам на основе истории посещений страниц, в то время как такие сервисы, как Яндекс Go, используют технологию GPS для предоставления актуальной информации о местоположении водителя в реальном времени.

Обеспечивая более персонализированный и эффективный сервис, цифровые платформы помогают компаниям укреплять отношения с клиентами, повышать их удовлетворённость и лояльность.

Стимулирует инновации и сотрудничество. Цифровые платформы создают инновационную экосистему, позволяя компаниям, разработчикам и сторонним поставщикам разрабатывать новые решения на их основе. Открытая экосистема сотрудничества ускоряет внедрение инноваций, предоставляя предприятиям доступ к новым функциям, инструментам и сервисам, способствующим улучшению их работы.

Ещё одним положительным эффектом использования цифровых платформ является *доступность образования*. Цифровые платформы позволяют получать образование из любой точки мира с помощью доступа к сети Интернет, предоставляя обучающимся интерактивные возможности, форумы для обсуждения и совместной работы, онлайн-вебинары и другие методы обучения, которые повышают вовлеченность и мотивацию студентов. По оценкам BusinesStat, в 2024 г число слушателей дистанционных программ профессионального образования в России увеличилось на 6% и составило 2,8 млн чел. Спрос обеспечили направления высшего и среднего онлайн-образования, которые продолжают уверенно встраиваться в систему профессионального образования в стране [6].

Таблица

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

Динамика роста на образовательные онлайн-платформы

Год	*Численность (тыс. чел.)*	*Динамика к предыдущему году*
2020	2 261	-
2021	2 284	+1,03%
2022	2 783	+21,83%
2023	2 676	-3,83%
2024	2 837	+5,99%

Несмотря на все перечисленные преимущества и выгоды, у цифровых платформ есть и свои угрозы, и недостатки. Это могут быть риски как для простых пользователей, так и для бизнеса, и государства. Персональные данные подвергаются краже, имеют место манипуляции данными о работе государственных органов и частных компаний.

Платформы могут использовать собранные данные для манипуляции пользователями, включая недобросовестную рекламу и влияние на принятие решений. Существует риск злоупотребления отношениями с клиентами и принудительного продвижения товаров и услуг. Чрезмерное использование платформ может привести к поведенческой зависимости и сокращению реального общения. По данным ВЦИОМ, 77% россиян ежедневно заходят в глобальную сеть. 39% проводят в интернете более четырёх часов ежедневно.

К экономическим угрозам можно отнести недобросовестную конкуренцию, платформы могут использовать агрессивное ценообразование и высокие комиссии для увеличения прибыли. С другой стороны, поставщики услуг сталкиваются с неопределённостью цен и доходов, что влечёт нестабильность доходов. Участники платформ лишены традиционных трудовых прав и льгот. Поставщики самостоятельно несут расходы на оборудование и обслуживание.

На уровне государства может происходить монополизация рынков – платформы могут доминировать в различных секторах. В нашу жизнь вошло и понятие кибербезопасности – угрозы для безопасности данных клиентов. На межгосударственном уровне есть пробелы в законодательстве, нет чётких законов, регламентирующих деятельность платформ и контроля за ними.

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

Работая над темой статьи нам стало интересно узнать, что знают об цифровых платформах жители Красноярского края. Мы провели опрос среди 148 респондентов и получили следующие данные.

На вопрос «Как часто вы используете цифровые платформы?» большинство человек ответило «Несколько раз в день», это связано с тем, что среди респондентов тема цифровых платформ актуальна (рис. 2).

В ответе на вопрос «Какую из перечисленных платформ вы используете больше всего?» Более 80% опрашиваемых ответили, что пользуются Социальными сетями, около 10% пользуются Маркетплейсами и услугами (рис. 3).

Рис. 2

Рис. 3

Цифровая платформа должна быть безопасной и комфортной для использования, но меньше половины наших респондентов удовлетворены работой цифровых платформ, а 35% – очень удовлетворены.

О безопасности своих данных на цифровых платформах не переживают около 8%, но около 30% очень беспокоятся. Стоит помнить о том, что цифровые

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

платформы, не смогут заменить живое общение, что подтверждают наши респонденты (рис. 4).

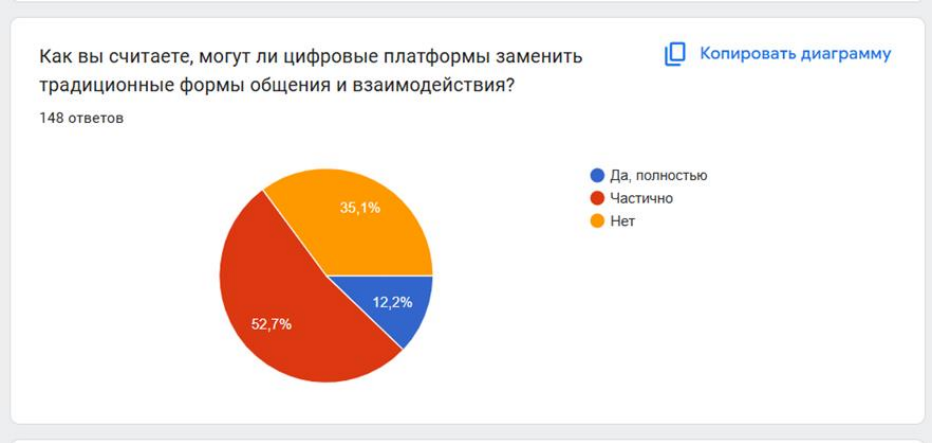

Рис. 4

Список литературы

1. Гуртниязов М.Б. Влияние цифровых платформ на рынки труда, конкуренцию и инновации. Вызовы и возможности / М.Б. Гуртниязов // Вестник науки. – 2024. – Т. 3. – С. 71–74. EDN ZAQPKQ

2. Колесников Ю.А. Цифровизация власти через цифровизацию финансовых механизмов / Ю.А. Колесников // Вестник юридического факультета Южного федерального университета. – 2023. – Т. 10. №2. – С. 118–122. – DOI 10.18522/2313-6138-2023-10–2-16. EDN UAAKPQ

3. Коэн Д. Право для платформенной экономики / Д. Коэн // Юридический журнал Калифорнийского университета в Дэвисе. – 2017. – С. 51–52.

4. Маркова В.Д. Экосистемы как инновационный инструмент роста бизнеса / В.Д. Маркова // ЭКО. – 2021. – С. 151–167.

5. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Digital_platform (дата обращения: 17.02.2026).

6. URL: https://businesstat.ru/images/demo/professional (дата обращения: 27.01.2026).

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)