

*Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019). Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292.  
Ефективна економіка. 2023. № 6.*

**DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.6.1>**

**УДК 339.9+ 330.47:004**

*Н. В. Резнікова,*

*д. е. н., професор, професор кафедри світового господарства і міжнародних економічних відносин, НН інститут міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка*

*ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2570-869X>*

*О. В. Булатова,*

*д. е. н., професор, перший проректор,*

*Маріупольський державний університет*

*ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7938-7874>*

*А. В. Шлапак,*

*д. е. н., доцент, завідувач кафедри міжнародної економіки,*

*Київський університет ім. Бориса Грінченка*

*ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8697-7039>*

*О. А. Іващенко,*

*к. е. н., доцент, доцент кафедри менеджменту, маркетингу та публічного управління, Національна академія статистики, обліку та аудиту*

*ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8490-778X>*

**ПЛАТФОРМІЗАЦІЯ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ ЧИ  
ТЕХНОГЛОБАЛІЗМ ЦИФРОВИХ ПЛАТФОРМ?  
ТРАНСФОРМАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ДІДЖИТАЛІЗОВАНИХ  
РИНКІВ ДЛЯ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ І ТОРГІВЛІ**

*N. Reznikova,*

*Doctor of Economic Sciences, Professor, Professor of the Department of World Economy and International Economic Relations, Educational and Scientific Institute of International Relations Taras Shevchenko National University of Kyiv*

*O. Bulatova,*

*Doctor of Economic Sciences, Professor, First Vice-Rector,  
Mariupol State University*

*A. Shlapak,*

*Doctor of Economic Sciences, Associate Professor, Head of the Department of International Economics, Borys Grinchenko Kyiv University*

*O. Ivashchenko,*

*PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management, Marketing and Public Administration, National Academy of Statistics, Accounting and Audit*

**PLATFORMIZATION OF THE DIGITAL ECONOMY OR TECHNO-  
GLOBALISM OF DIGITAL PLATFORMS? TRANSFORMATION  
POTENTIAL OF DIGITALIZED MARKETS FOR INTERNATIONAL  
BUSINESS AND TRADE**

*Мета статті полягає в аналізі інституційного середовища нової інформаційно-цифрової економіки в умовах техноглобалізму. Розглянуто спосіб, в який «платформізація» впливає не лише на мережеву конфігурацію цифрової економіки, але й сприяє розбудові складно-ієрархічного інституційного середовища нової інформаційно-цифрової економіки, в якому правила перебування на платформах (своєрідна Конституція Платформи) укладається самими операторами, що може не в повній мірі кореспондуватись із позицією/очікуваннями урядів та користувачів. Розглянуто екоструктуру цифрової економіки. За різними ознаками класифіковано цифрові платформи. Розкрито феномен «мультистейкхолдерної власності», яка базується на моделях, в яких один або кілька класів стейкхолдерів мають значні фінансові або управлінські права в результаті спільного володіння частиною компанії або всією*

компанією, що управляє платформою, в якій вони беруть участь. Розглянуто умови, за яких цифрова платформа стає цифровим ринком. Запроваджено поняття «техноглобалістський потенціал платформ», під яким пропонується розуміти сукупність наявних ресурсів та існуючих і прихованих в них можливостей для здійснення трансформаційного впливу на архітектуру глобальної економіки на мега-, мета-, макро-, мезо-, нано-рівнях і визначається: ступенем руйнівного впливу на існуючі ринки; ступенем викривлення кон'юнктури ринків; ступенем впливу на становлення нових ринків; ступенем використання алгоритмів як інструменту недобросовісної конкуренції; ступенем регуляторного впливу на учасників аналогічних платформ; ступенем отриманого регуляторного захисту інструментами регуляторного неопротекціонізму. Виокремлено вимушену реакцію акторів на техноглобалістський потенціал платформ: на мегарівні міжнародні організації мають елімінувати зростаючі ризики цифрового домінування окремих гравців, які запроваджують креативно-руйнівні інновації, які чинять тиск на усталену систему взаємозв'язків, зокрема, у сферах торгівлі, фінансів; на метарівні або рівні міжнародних інтеграційних об'єднань, вимушено впроваджуються нові рівні інтеграції, як, зокрема, Єдиний цифровий ринок ЄС з метою захисту цифрового суверенітету та з міркувань безпеки; на макрорівні, де мережа Інтернет розглядається як середовище набуття нових порівняльних переваг і середовище корекції усталеного міжнародного поділу праці, уряди мають впроваджувати комплекс нормативно-регуляторних актів, що покликані сприяти процесам побудови / розбудови відповідної інфраструктури та одночасній інтеграції в глобальну мережу і протидії її деструктивним проявам; на мезорівні відбуваються високо-динамічні процеси реконфігурації ринків і цифрових бізнес-моделей; на мікрорівні формується запит на зміни усталених бізнес-моделей та здійснення масштабних інвестицій в опанування цифрових технологій з метою набуття ознак конкурентоспроможності; на нанорівні або рівні користувачів, які виступають як з боку попиту, так і з боку пропозиції, формуються нові моделі взаємодії.

*The purpose of the article is to analyze the institutional environment of the new information and digital economy in the conditions of technoglobalism. It is argued that "platformization" affects not only the network configuration of the digital economy, but also contributes to the development of a complex-hierarchical institutional environment of the new information-digital economy, in which the rules for staying on platforms (a kind of Constitution of the Platform) are made by the operators themselves, which may not be completely be in line with the attitudes/expectations of governments and users. It has been established that the identification of the concept of "digital economy ecosystem" or "digital ecosystem" is complicated by many factors, since "digital ecosystem" presupposes the use of an interdisciplinary approach, and the identification of the essential characteristics of the concept should be carried out using the existing conceptual apparatus of economic theory. It has been established that the use of the terms "digital business ecosystem", "digital economy ecosystem", "digital platform ecosystem", "platform economy", " multi-stakeholder platform ecosystem" as synonyms is not justified. A multi-stakeholder platform can be seen both as an intermediate step on the path to a digital ecosystem and as a tool for the functioning of the ecosystem. It is noted that the digital ecosystem characterizes the principle of a close relationship between digital technologies and a person, and a multilateral platform is a business model that builds a market system of business processes with contractors and consumers. The digital ecosystem outlines the general principle of digital cooperation of all ecosystem units, one of which can be a multilateral platform. In terms of marketing strategy and market, the digital ecosystem can span many industry markets and geographic markets. The phenomenon of "multi-stakeholder ownership" is revealed, which is based on models in which one or more classes of stakeholders have significant financial or management rights as a result of joint ownership of part or all of the company operating the platform in which they participate. The conditions under which a digital platform becomes a digital market are considered.*

*The concept of "techno-globalist potential of platforms" is introduced, which is proposed to be understood as the totality of available resources and the opportunities existing and hidden in them for exercising a transformational impact*

*on the architecture of the global economy at the mega-, meta-, macro-, meso-, nano-levels and is determined by: disruptive impact on existing markets; the degree of market distortion; the degree of influence on the formation of new markets; degree of use of algorithms as a tool of unfair competition; the degree of regulatory impact on participants in similar platforms; the degree of regulatory protection received by the instruments of regulatory neo-protectionism. The forced reaction of actors to the techno-globalization potential of platforms is highlighted: at the mega-level, international organizations must eliminate the increasing risks of digital dominance of individual players who introduce creative-destructive innovations that put pressure on the established system of interconnections, in particular, in the areas of trade and finance; at the meta level or the level of international integration associations, new levels of integration are forced to be introduced, such as, in particular, the EU Digital Single Market in order to protect digital sovereignty and for security reasons; at the macro level, where the Internet is seen as an environment for gaining new comparative advantages and an environment for correcting the established international division of labor, governments should implement a set of regulatory acts designed to promote the processes of building / developing the appropriate infrastructure and simultaneously integrating into the global network and counteracting its destructive influence; at the meso level, highly dynamic processes of reconfiguration of markets and digital business models are taking place; at the micro level, a request is formed to change established business models and make large-scale investments in mastering digital technologies in order to acquire signs of competitiveness; at the nano-level, or the level of users acting on both the supply and demand sides, new models of interaction are being formed.*

**Ключові слова:** *техноглобалізм, цифрова платформа, цифрова економіка, інформаційна економіка, шерінгова економіка, P2P ринок, цифрова торгівля, ринок цифрових послуг, цифрові інновації, краудфанінг, міжнародний бізнес, BigTechs*

***Keywords:** technoglobalism, digital platform, digital economy, information economy, sharing economy, P2P market, digital trade, digital services market, digital innovation, crowdfunding, international business, BigTechs*

**Постановка проблеми.** В останнє десятиліття утвердились тенденції концентрації ринкової влади низкою технологічних компаній, які в повній мірі скористались мережевими ефектами Інтернету. В новому цифровому порядку вже постають як непримиренні суперники великі американські технологічні компанії, такі як Google, Apple, Facebook, Amazon і Microsoft (скорочено «GAFAM»), і китайські компанії, такі як Baidu, Alibaba і Tencent (скорочено «BAT»). Розвиток інфраструктури Інтернету, інвестиції у розробку технічних стандартів, розбудова фізичних об'єктів — від центрів обробки даних до підводних кабелів, створення в Інтернеті автономних підсистем, захищених, таким чином, від конкуренції, з позицій послідовників теорії мереж, є свідченням техноглобалізму: BigTechs-компанії, по суті, намагаються перетворити свої «платформи» (операційні системи, соціальні мережі, маркетплейси, магазини додатків) на окремі підмережі, всередині яких вони можуть посідати центральні позиції. Така своєрідна «платформізація» впливає не лише на мережеву конфігурацію цифрової економіки, але й сприяє розбудові складно-ієрархічного інституційного середовища нової інформаційно-цифрової економіки, в якому правила перебування на платформах (своєрідна Конституція Платформи) визначаються і затверджуються самими операторами, що може не в повній мірі кореспондуватись із позицією/очікуваннями урядів та користувачів. По суті, термін «платформа» вказує на набір онлайн-цифрових механізмів, алгоритми яких допомагають в організації та структуруванні економічної та соціальної діяльності. У сфері ІТ цей термін означає набір загальних методів, технологій та інтерфейсів, відкритих для широкого кола користувачів, які можуть створювати те, що хочуть, на стабільній основі. У більш широкому значенні, цей термін також вказує на набір цифрових рамок для соціальних та

ринкових взаємодій. Якщо залишити осторонь спекуляції, слід визнати, що на даний момент немає реальної теорії впливу цих різноманітних платформ на економіку в цілому.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** В дослідженні інституційного середовища нової інформаційно-цифрової економіки крізь призму цифрових платформ можна виокремити щонайменше чотири підходи: з *позицій ринкової влади* дослідники Ж.-К. Роше та Ж. Тіроль [1] їх позиціонують платформами обміну, які створюють цінність, допомагаючи різним типам користувачів вступати у взаємодію один з одним; з *позицій теорій технологічного розвитку*, як відзначають А. Тівана [2], К. Болдуїн і К. Вудард [3], цифрові платформи виступають програмними платформами, що включають модульні сервіси, кожен із яких являє собою програмну підсистему, здатну розширювати функціональні можливості платформи; з *позицій соціально-технічної перспективи* дослідники М. де Реувер, К. Соренсен і Р. Базоле [4], М. Шрейк, М. Віше та Г. Крчмар [5] фокусуються на аналізі механізмів інтеграції цифрових платформ в цифрові еко-системи, що передбачає вивчення можливостей використання інноваційного потенціалу платформи для заохочення галузевих інновацій шляхом спільного створення вартості із зовнішніми комплементаторами; з *точки зору адептів теорій екосистеми* (Дж. Рамезані і Л.М. Камарінья-Матоса [6], П. Граса і Л.М. Камарінья-Матоса [7]) визначено залежність власників цифрових платформ від спроможності забезпечити доступ до замкненого циклу цифрових інновацій, який був глибоко аналізований В. Панченком [8]. К.Краус і Н.Краус [9] у фундаментальному дослідженні процесів цифрової трансформації, серед іншого, акцентували на вивченні потенціалу цифрових платформ у стимулюванні економічного розвитку і активізації бізнес-процесів шляхом становлення нових і реконфігурації існуючих бізнес-моделей.

**Постановка завдання.** Мета статті полягає в аналізі інституційного середовища нової інформаційно-цифрової економіки в умовах техноглобалізму.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Н. Ханна [10] описує екосистему цифрової економіки як таку, що: (1) базується на цифровому секторі, який впливає на сукупність цифрових та нецифрових передумов цифрової трансформації, яка залежить від рівня впровадження цифрових технологій та інституційних перетворень у державному, приватному та суспільному секторах; (2) залежить від макроекономічних і політичних факторів (конкуренція, торгівля, фінанси, управління тощо), цифрових факторів (цифровий сектор, лідерство, інфраструктура, платформи, політика, навички, фінанси), ступеня галузевих трансформацій (впровадження ІКТ у ключових секторах економіки, таких як державні послуги, освіта та сільське господарство), ступеня впровадження цифрової комерції, цифрових фінансів та цифрових платформ.

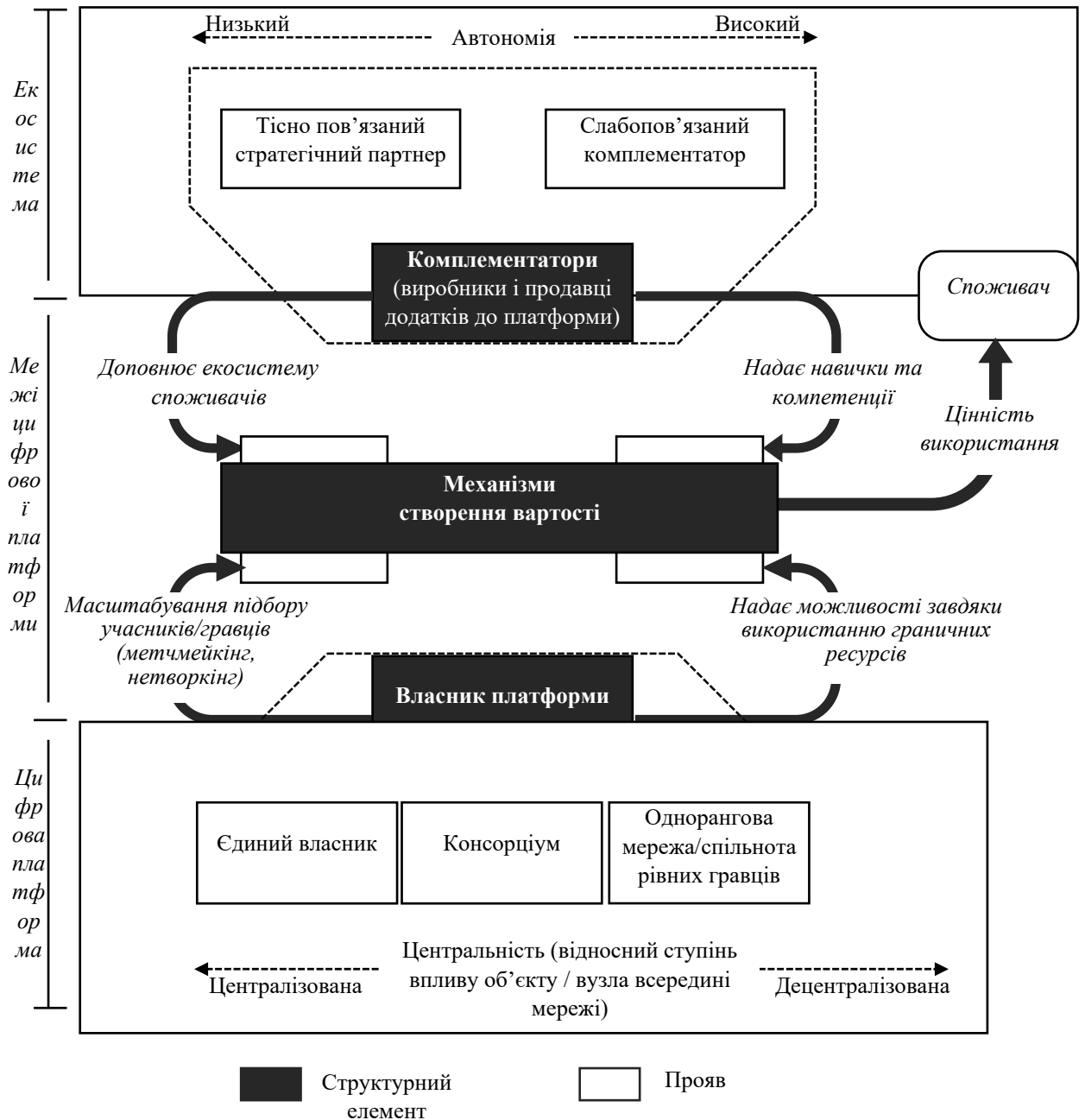
Умовно можна виокремити щонайменше п'ять видів цифрових платформ: (1) біржова торгівля (eBay, AirBnB); (2) платформи транзакцій (PayPal, Apple Pay); (3) медіа-платформи (YouTube); (4) платформи стандартизації програмного чи апаратного забезпечення (Xbox, iOS); (5) галузеві платформи: туризм (Tripadvisor), торгівля (AliExpress), фінанси (PayPal), людські ресурси (LinkedIn) тощо. Цифрові платформи задіяні на різних ринках, таких як онлайн-ринки, ринки мобільних сервісів, соціальних мереж та операційних систем, впливаючи на спосіб, в який користувачі комунікують, змінюють способи дистрибуції підприємствами продуктів, пошуку людського капіталу, збору та зберігання даних. Основна концепція цифрових платформ полягає в тому, що платформа пропонує базу для додаткових інновацій, які можуть бути запропоновані компаніями — компаніями, які виробляють допоміжні продукти, що розширюють ринок технологічної платформи. Типовим для цифрових платформ є те, що вони не володіють і не створюють більшу частину продуктів і послуг, які на них



обмінюються. Взнявши на себе роль посередників, цифрові платформи здатні продукувати мережеві ефекти, коли вигоди учасників по одну сторону (наприклад, користувачів додатків) платформи збільшуються за рахунок зростання кількості користувачів на іншій стороні (наприклад, розробників додатків). Розбудові цифрової екосистеми, в основі якої лежить принцип тісного взаємозв'язку цифрових технологій і людини, передує становлення багатосторонніх платформ, які виступають: (1) інструментом функціонування екосистеми; (2) унікальним типом бізнес-моделі, яка пропонує торговий майданчик (маркетплейс), на якому вибудовується ринкова система бізнес-процесів із контрагентами та споживачами (мікроринок).

Як видно з Рис.1, в основі побудови цифрової платформи лежить однорангова мережа P2P, під якою розуміють спільноту рівноправних учасників. М. Маннан і Н. Шнайдер [11] під «спільнотою» пропонують розуміти учасників, які використовують ресурси бізнес-платформи і здійснюють свій внесок в її діяльність, характерною рисою якої виступають встановлені зв'язки та почуття причетності, які зростають протягом тривалого часу. Метою спільноти є встановлення соціальної взаємодії протягом значного проміжку часу з метою досягнення спільної мети. Формується феномен «мультистейкхолдерної власності», яка базується на моделях, в яких один або кілька класів стейкхолдерів мають значні фінансові або управлінські права в результаті спільного володіння частиною компанії або всією компанією, що управляє платформою, в якій вони беруть участь. Компанії-платформи використовують для позначення людей, які взаємодіють з їхніми послугами, поняття «користувач» (англ. «user»). Двозначність цієї категорії знаходить своє вираження у неологізмі «просьюмер» футуриста Е. Тоффлера [12], який відображає поєднання процесів виробництва та споживання без чітких кордонів між ними. В середовищі цифрових платформ, користувачі або просьюмери беруть участь у створенні трудової цінності (наприклад, модератори-добровольці, водії-попутники, постери

контенту), споживають контент (наприклад, власники облікових записів у соціальних мережах, глядачі цільової реклами), надають бізнес-послуги (наприклад, ресторани, що надають їжу для служби доставки) та фінансові інвестиції (наприклад, краудфандинг, мікрокредитування). При цьому «користувачі» не включають співробітників платформних компаній, які виступають окремим класом стейкхолдерів.



**Рис. 1. Екосистема цифрової платформи**

Джерело: [13; 14]

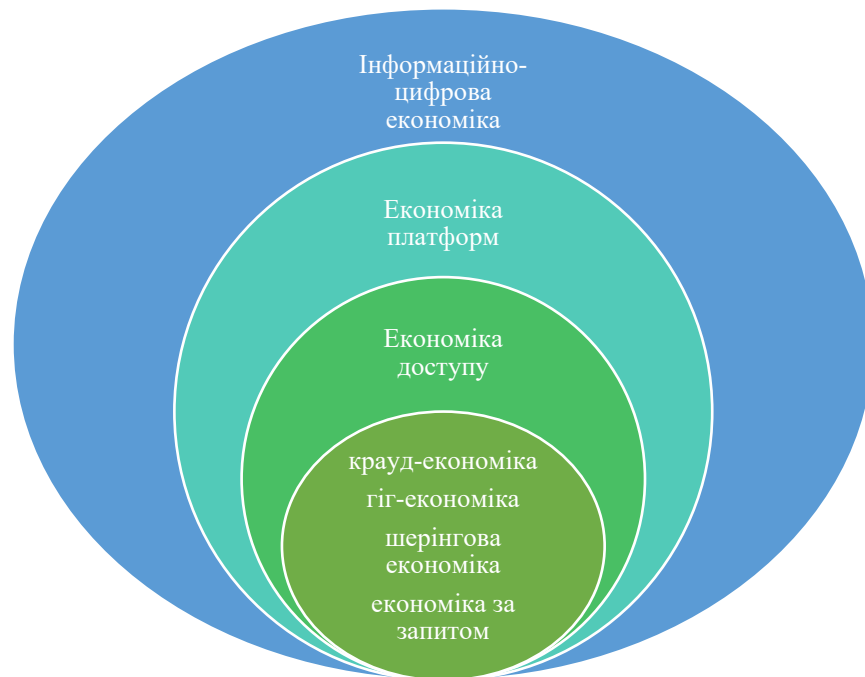
Коли учасники ринку, як зі сторони попиту, так і зі сторони пропозиції, розглядаються як рівні, тобто «просьюмери», що чергуються у своїх ролях виробника (або творця продукту креативної індустрії, або позичальника капіталу, або постачальника товарів чи послуг) та споживача, платформа працює в одноранговому режимі або в режимі пірингового (P2P) ринку. Коли інвестиційна платформа залучає учасників P2P, її ідентифікують як краудфандингову платформу на основі принципів кредитування P2P [13].

**Щоб цифрова платформа стала цифровим ринком**, необхідно виконати щонайменше три умови [14]: з'єднати незалежних суб'єктів з боку попиту та пропозиції, і наділити їх правом брати участь з обох сторін, що передбачає, що цифровий ринок має базуватись на багатосторонній платформі P2P; сприяти заохоченню суб'єктів, що вступили у взаємодію, до реалізації комерційних транзакцій; забезпечити інституційне та регуляторне підґрунтя для здійснення транзакцій. Відтак багатосторонні платформи, що не передбачають обов'язковості проведення транзакцій між користувачами (наприклад, YouTube) або виступають аналогом посередницьких ринків, які відрізняються від P2P (наприклад, Amazon), не вважаються цифровими торговими майданчиками.

Власники платформ — організації, що володіють і керують цифровою платформою, можуть отримувати прибуток від неї, спираючись на інновації, дані про ринкову кон'юнктуру, відповідну аналітику та фактор масштабу охоплення платформи, координуючи діяльність третіх сторін. Переваги масштабу досягаються за рахунок перенесення таких процесів, як прийом на роботу, навчання, розвиток та координація за межі платформи: наприклад, Apple не володіє кожним додатком на своєму ринку додатків, Uber не володіє автомобілями, YouTube не розміщує всі відео, а Airbnb не будує нових житлових будинків. В результаті власники платформ не несуть виробничих витрат і можуть розширювати платформу так само швидко, як і додавати новаторів. Переваги масштабу досягаються також за рахунок того, що продукти та послуги, якими обмінюються через платформу, охоплюють

безліч ринків та секторів. Оскільки цифрові платформи є основою обміну продуктами і послугами, вони опосередковано виступають ринком цих товарів та послуг. Наприклад, Apple App Store є ринком додатків, Amazon Marketplace є ринком споживчих товарів, а Spotify є ринком музичного контенту. В результаті цифрові платформи можуть збирати різноманітні дані про споживачів: у контексті онлайн-ринку такими даними можуть бути ціни, кількість проданих товарів, рейтинги та відгуки, отримуючи всебічний огляд ринку та його динаміки.

Економіка платформ: (1) характеризується як економіка, що базується на діяльності цифрових платформ; (2) носить міжгалузевий характер; (3) передбачає, що онлайн-платформи та провайдери можуть фізично не перебувати в одній країні, через що їхні економічні операції не відображаються безпосередньо в національній статистиці; (4) консолідує представників бізнес-середовища та користувачів/просьюмерів (див. Рис.2). Пропозиції, орієнтовані на продукт, передбачають продаж товарів, тоді як у пропозиціях, орієнтованих на результат, постачальник продає компетенцію, пропонуючи набір послуг. В середині цього континууму знаходяться пропозиції, орієнтовані на користувача, що складаються з лізингу, оренди, спільного використання та об'єднання продуктів, що відповідає визначенню платформ P2P обміну та спільного споживання [15]. На децентралізованому ринку функція платформи практично обмежується підбором партнерів: постачальник встановлює ціну, і клієнт може шукати відповідного постачальника. Натомість на централізованому ринку платформа надає доступ до централізованого пулу ресурсів і активно впливає на взаємодію між користувачами, долучаючись до ціноутворення, залежно від географічної зони і часу звернення потенційних клієнтів.



**Рис. 2. Структура інформаційно-цифрової економіки**

*Джерело: укладено на основі [1; 2; 4]*

Базова концепція платформи на запит (англ. «on-demand platform») [16] полягає в негайному та ефективному доступі до продукту та послуги. Платформи спільного використання та спільного споживання P2P включають платформи, на яких клієнти можуть здійснювати пошук і подальшу оренду фізичних ресурсів (у поєднанні з іншими послугами) інших клієнтів. До цього типу належать такі платформи як Airbnb для оренди житла, BlaBlaCar для спільного використання автомобілів і Sharedesk для бронювання робочого місця. Втім для того, аби акцентувати на техноглобалістському потенціалі платформ (що визначається *ступенем руйнівного впливу на існуючі ринки, ступенем викривлення ринку, ступенем впливу на становлення нових ринків, ступенем використання стандартів як інструментів неопротекціонізму, ступенем регуляторного впливу на учасників аналогічних платформ, ступенем отримуваного регуляторного захисту*), ми пропонуємо зосередити увагу на наступній класифікації: (1) *платформи для платформ* (розглядаючи Інтернет сам по собі як базову платформу, виокремлюємо iOS від Apple та Android від Google як платформи операційних систем для смартфонів, на яких побудовано екосистеми;

Amazon Web Services, Microsoft Azure та Google Cloud Platform — як платформи створення хмарних сервісів та інструментів, за допомогою яких будуються інші платформи); (2) *платформи, які роблять цифрові інструменти доступними в Інтернеті та підтримують створення інших платформ та торгових майданчиків, що значно знижує вартість програмних інструментів та будівельних блоків* (інструменти та програмне забезпечення, такі як підтримка продажів, управління персоналом та бухгалтерський облік, які раніше продавалися або здавалися в оренду такими компаніями, як Oracle та ADP, тепер доступні у хмарі від таких компаній, як Zenefits (пропонує малим підприємствам безкоштовний онлайн-ринок інструментів для роботи з персоналом), Job Rooster та Wonolo, які, за допомогою блокування, здатні змінювати умови надання послуг через свій код, надаючи йому потенціал руйнатора ustalених взаємозв'язків); (3) *платформи посередництва у роботі* (наприклад, платформи LinkedIn, Amazon Mechanical Turk, UpWork та Innocentives, які створюють глобальні біржі віртуальної праці, які не лише змінюють механізми посередництва, але і механізми ринку праці); (4) торговельні майданчики (онлайн-платформами як складові економіки платформ, зокрема, Amazon, eBay і Etsy); (5) *сервісні платформи* (як то: Airbnb та Lyft; фінансові платформи — від сайтів для фінансування проєктів, таких як Kickstarter або Indiegogo, до платформ, які мають намір витіснити традиційні фінансові інститути, такі як AngelsList для венчурного капіталу і Zopa і Rate Setter для однорангового кредитування; Transfergo та Transferwise — платформи для спрощення глобальних грошових переказів).

**Висновки.** Великі технологічні компанії створюють власні підмережі — «екосистеми», що перебувають під корпоративним контролем і регулюються розробленими правилами та вимогами до цифрових бізнес-моделей [17; 18]. Попри прагнення BigTechs-компаній консолідувати владу над власними екосистемами та всередині них, з позицій теорії мереж, жоден із цих учасників не зацікавлений у запобіганні обміну даними між різними

екосистемами Інтернету. Проведений аналіз інституційного середовища нової інформаційно-цифрової економіки дозволив запропонувати поняття «техноглобалістський потенціал платформ», під яким пропонується розуміти сукупність наявних ресурсів та існуючих і прихованих в них можливостей для здійснення трансформаційного впливу на архітектуру глобальної економіки на мега-, мета-, макро-, мезо-, нано- рівнях і визначається: ступенем руйнівного впливу на існуючі ринки; ступенем викривлення кон'юнктури ринків; ступенем впливу на становлення нових ринків; ступенем використання алгоритмів як інструменту недобросовісної конкуренції; ступенем регуляторного впливу на учасників аналогічних платформ; ступенем отриманого регуляторного захисту інструментами регуляторного неопротекціонізму [19; 20]. Виокремлено вимушену реакцію акторів на техноглобалістський потенціал платформ: на мегарівні міжнародні організації мають елімінувати зростаючі ризики цифрового домінування окремих гравців, які запроваджують креативно-руйнівні інновації, які чинять тиск на усталену систему взаємозв'язків, зокрема, у сферах торгівлі, фінансів; на метарівні або рівні міжнародних інтеграційних об'єднань, вимушено впроваджуються нові рівні інтеграції, як, зокрема, Єдиний цифровий ринок ЄС з метою захисту цифрового суверенітету та з міркувань безпеки; на макрорівні, де мережа Інтернет розглядається як середовище набуття нових порівняльних переваг і середовище корекції усталеного міжнародного поділу праці, уряди мають впроваджувати комплекс нормативно-регуляторних актів, що покликані сприяти процесам побудови / розбудови відповідної інфраструктури та одночасній інтеграції в глобальну мережу і протидії її деструктивним проявам; на мезорівні відбуваються високо-динамічні процеси реконфігурації ринків і цифрових бізнес-моделей; на мікрорівні формується запит на зміни усталених бізнес-моделей та здійснення масштабних інвестицій в опанування цифрових технологій з метою набуття ознак конкурентоспроможності; на нанорівні або

рівні користувачів, які виступають як з боку попиту, так і з боку пропозиції, встановлюються нові моделі взаємодії.

### Література

1. Rochet J.-C., Tirole J. Platform Competition in Two-Sided Markets. *Journal of the European Economic Association*. 2003. Vol. 1(4). P. 990-1029.
2. Tiwana A. Evolutionary Competition in Platform Ecosystems. *Information Systems Research*. 2015. Vol. 26(2). P. 266–281.
3. Baldwin C.Y., Clark K.B. Design rules: The power of modularity. Cambridge, MA: The MIT press, 2000. 484 pp.
4. de Reuver M., Sørensen C., Basole R. C. The digital platform: a research agenda. *Journal of Information Technology*. 2017. Vol. 33(2). P. 124-135.
5. Schreieck M., Wiesche M., Krcmar H. Design and governance of platform ecosystems—key concepts and issues for future research. 2016. URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/Design-and-Governance-of-Platform-Ecosystems-Key-Schreieck-Wiesche/b1b97537ef32fef0a07532caba51d23b41f3969f>
6. Ramezani J., Camarinha-Matos L.M. A collaborative approach to resilient and antifragile business ecosystems. *Procedia Computer Science*. 2019. Vol. 162. P. 604–613.
7. Graça P., Camarinha-Matos L.M. Evolution of a Collaborative Business Ecosystem in Response to Performance Indicators. 2019. URL: [https://www.academia.edu/42116346/A\\_Model\\_of\\_Evolution\\_of\\_a\\_Collaborative\\_Business\\_Ecosystem\\_Influenced\\_by\\_Performance\\_Indicators](https://www.academia.edu/42116346/A_Model_of_Evolution_of_a_Collaborative_Business_Ecosystem_Influenced_by_Performance_Indicators)
8. Панченко В. Г., Резнікова Н. В., Іващенко О. А. Розвиток industry 4.0 й цифрової економіки у фокусі глобального технологічного та інноваційного суперництва КНР і США. *Економіка та держава*. 2021. № 2. С. 4–10.



9. Kraus K., Kraus N. The nature of digital transformation. Energy of the economy. How to feel, understand and use it: Scientific monograph. Riga, Latvia: “Baltija Publishing”, 2023. 280 p.

10. Hanna N.K. Assessing the digital economy: aims, frameworks, pilots, results, and lessons. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*. 2020. Vol. 9. URL: <https://innovation-entrepreneurship.springeropen.com/articles/10.1186/s13731-020-00129-1>

11. Mannan M., Schneider N. Exit to Community: Strategies for Multi-Stakeholder Ownership in the Platform Economy. *Georgetown Law Technology Review*. 2021. URL: <https://georgetownlawtechreview.org/wp-content/uploads/2021/05/Mannan-Schneider-Exit-to-Community-5-GEO.-L.-TECH.-REV.-1-2021.pdf>

12. Toffler A. The Third Wave. 1981. URL: <https://ia800106.us.archive.org/11/items/AlvinTofflerTheThirdWavePdfTKRG/Alvin%20Toffler%20-%20The%20Third%20Wave%20-%20pdf%20%5BTKRG%5D.pdf>

13. Burtch G., Ghose A., Wattal S. An empirical examination of the antecedents and consequences of attitudes toward. *Information Systems Research*. 2013. Vol. 24. P. 499–519.

14. Täuscher K., Laudien S.M. Understanding platform business models: A mixed methods study of marketplaces. *European Management Journal*. 2018. Vol. 36(3). P. 319-329.

15. Peer-to-peer sharing and collaborative consumption platforms: a taxonomy and a reproducible analysis / F. Chasin, M. von Hoffen, M. Cramer, M. Matzner. *Information Systems and e-Business Management*. 2018. Vol. 16(2). P. 293-325.

16. Official Website of Roobykon Software. A Sharing Economy, an On-Demand Economy, Aggregator and a Marketplace Business – Interpretation of Concepts. 2023. URL: <https://roobykon.com/blog/posts/117-what-is-the>

difference-between-a-sharing-economy-an-on-demand-economy-aggregator-and-a-marketplace-business

17. Шлапак А.В. FINTECH і BIG TECHS як драйвери цифровізації світових ринків фінансових послуг і міжнародного ринку капіталу / А.В. Шлапак // *Modeling the Development of the Economic Systems*. 2022. №3. С. 210-216.

18. Шлапак А.В. Наглядний потенціал фінансових установ у протидії кіберзлочинам та інформаційним атакам в умовах зростання ролі FINTECH і BIG TECHS на цифровізованих ринках капіталу / А.В. Шлапак // *Вісник Хмельницького національного університету*. Серія: економічні науки. 2022. № 2. Т 2. С. 273-280.

19. Резнікова Н., Панченко В. Г., Булатова О. В. Регуляторна конкуренція в цифровій економіці: нові форми протекціонізму. *Міжнародна економічна політика*. 2020. № 1–2 (32–33). С. 50–80.

### References

1. Rochet, J.-C., and Tirole, J. (2003), “Platform Competition in Two-Sided Markets”, *Journal of the European Economic Association*, vol. 1(4), pp. 990-1029.

2. Tiwana, A. (2015), “Evolutionary Competition in Platform Ecosystems”, *Information Systems Research*, vol. 26(2), pp. 266–281.

3. Baldwin, C.Y., and Clark, K.B. (2000), *Design rules: The power of modularity*, The MIT press, Cambridge, MA, US.

4. de Reuver, M., Sørensen, C., and Basole, R.C. (2017), “The digital platform: a research agenda”, *Journal of Information Technology*, vol. 33(2), pp. 124-135.

5. Schrieck, M., Wiesche, M., and Krmar, H. (2016), “Design and governance of platform ecosystems—key concepts and issues for future research”, available at: <https://www.semanticscholar.org/paper/Design-and-Governance-of-Platform-Ecosystems-Key-Schrieck-Wiesche/b1b97537ef32fef0a07532caba51d23b41f3969f> (Accessed 10 May 2023).

6. Ramezani, J., and Camarinha-Matos, L.M. (2019), “A collaborative approach to resilient and antifragile business ecosystems”, *Procedia Computer Science*, vol. 162, pp. 604–613.

7. Graça, P., and Camarinha-Matos, L.M. (2019), “Evolution of a Collaborative Business Ecosystem in Response to Performance Indicators”, available at: [https://www.academia.edu/42116346/A\\_Model\\_of\\_Evolution\\_of\\_a\\_Collaborative\\_Business\\_Ecosystem\\_Influenced\\_by\\_Performance\\_Indicators](https://www.academia.edu/42116346/A_Model_of_Evolution_of_a_Collaborative_Business_Ecosystem_Influenced_by_Performance_Indicators) (Accessed 10 May 2023).

8. Panchenko, V., Reznikova, N. and Ivashchenko, O. (2021), “The development of industry 4.0 and digital economy in focus of the China-United States global technological and innovation rivalry”, *Ekonomika ta derzhava*, vol. 2, pp. 4–10.

9. Kraus, K., and Kraus, N. (2023), *The nature of digital transformation. Energy of the economy. How to feel, understand and use it: Scientific monograph*, “Baltija Publishing”, Riga, Latvia.

10. Hanna, N.K. (2020), “Assessing the digital economy: aims, frameworks, pilots, results, and lessons”, *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, vol. 9, available at: <https://innovation-entrepreneurship.springeropen.com/articles/10.1186/s13731-020-00129-1> (Accessed 10 May 2023).

11. Mannan, M., and Schneider, N. (2021), “Exit to Community: Strategies for Multi-Stakeholder Ownership in the Platform Economy”, *Georgetown Law Technology Review*, available at: <https://georgetownlawtechreview.org/wp-content/uploads/2021/05/Mannan-Schneider-Exit-to-Community-5-GEO.-L.-TECH.-REV.-1-2021.pdf> (Accessed 10 May 2023).

12. Toffler, A. (1981), “The Third Wave”, available at: <https://ia800106.us.archive.org/11/items/AlvinTofflerTheThirdWavePdfTKRG/Alvin%20Toffler%20-%20The%20Third%20Wave%20-%20pdf%20%5BTKRG%5D.pdf> (Accessed 10 May 2023).

13. Burtch, G., Ghose, A., and Wattal, S. (2013), “An empirical examination of the antecedents and consequences of attitudes toward”, *Information Systems Research*, vol. 24, pp. 499–519.

14. Täuscher, K., and Laudien, S.M. (2018), “Understanding platform business models: A mixed methods study of marketplaces”, *European Management Journal*, vol. 36(3), pp. 319-329.

15. Chasin, F., von Hoffen, M., Cramer, M., and Matzner M. (2018), “Peer-to-peer sharing and collaborative consumption platforms: a taxonomy and a reproducible analysis”, *Information Systems and e-Business Management*, vol. 16(2), pp. 293-325.

16. Official Website of Roobykon Software (2023), “A Sharing Economy, an On-Demand Economy, Aggregator and a Marketplace Business – Interpretation of Concepts”, available at: <https://roobykon.com/blog/posts/117-what-is-the-difference-between-a-sharing-economy-an-on-demand-economy-aggregator-and-a-marketplace-business> (Accessed 10 May 2023).

17. Shlapak, A. (2022), “FINTECH and BIG TECHS as Digitalization Drivers of the Global Financial Services Markets and the International Capital Market”, *Modeling the Development of the Economic Systems*, vol. 3, pp. 210-216.

18. Shlapak, A. (2022), “Supervisory Capacity of Financial Institutions in Countering Cybercrime and Information Asymmetries in the Conditions of the Growth of the Role of FINTECH and BIG TECHS in the Digitalized International Capital Markets”, *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic sciences*, vol. 2, no. 2, pp. 273-280.

19. Reznikova, N., Panchenko, V. and Bulatova, O. (2020), “Regulatory competition in the digital economy: new forms of protectionism”, *International economic policy*, vol. 1-2 (32-33), pp. 50-80.

*Стаття надійшла до редакції 01.06.2023 р.*