**ТРАНСФОРМАЦИЯ РЫНКА УСЛУГ ПОД ВЛИЯНИЕМ ЦИФРОВЫХ МАРКЕТПЛЕЙСОВ: ВЫЗОВЫ И ВОЗМОЖНОСТИ**

**TRANSFORMATION OF THE SERVICES MARKET UNDER THE INFLUENCE OF DIGITAL MARKETPLACES: CHALLENGES AND OPPORTUNITIES**

**Саутиева Лейла Батыровна/ Sautieva Leyla Batyrovna**

 *студентка 2 курса, факультета «Экономики и управления» специальности «ЦЭ» Ингушского государственного университет*

**Аннотация:** В статье рассматриваются ключевые аспекты трансформации рынка услуг под влиянием цифровых маркетплейсов. Анализируются механизмы, с помощью которых платформы меняют традиционные модели взаимодействия между потребителями и поставщиками услуг, формируя новую структуру занятости и конкуренции. Особое внимание уделено возможностям, открывающимся для потребителей и самозанятых исполнителей, а также вызовам, связанным с правовым регулированием, цифровым неравенством, алгоритмической дискриминацией и угрозой монополизации. Предлагаются направления для устойчивого развития платформенных решений с учетом интересов всех участников рынка. Статья может быть полезна исследователям, специалистам в области цифровой экономики, а также представителям органов государственной власти.

**Annotation:** The article examines the key aspects of the transformation of the service market under the influence of digital marketplaces. The author analyzes the mechanisms by which platforms change traditional models of interaction between consumers and service providers, forming a new structure of employment and competition. Special attention is paid to the opportunities opening up for consumers and self-employed performers, as well as challenges related to legal regulation, digital inequality, algorithmic discrimination and the threat of monopolization. Directions for the sustainable development of platform solutions are proposed, taking into account the interests of all market participants. The article may be useful to researchers, experts in the field of digital economy, as well as representatives of government authorities.

**Ключевые слова:** цифровые маркетплейсы, рынок услуг, цифровая трансформация, гибкая занятость, платформенная экономика, онлайн-платформы, самозанятость.

**Keywords:** digital marketplaces, service market, digital transformation, flexible employment, platform economy, online platforms, self-employment.

 Цифровая трансформация экономики в XXI веке затронула практически все сферы человеческой деятельности, в том числе и рынок услуг. Особую роль в этих изменениях играют цифровые маркетплейсы — онлайн-платформы, обеспечивающие взаимодействие между поставщиками и потребителями услуг. Примеры таких платформ — YouDo, Profi.ru, Avito Услуги, Tinkoff Black и ряд международных аналогов вроде TaskRabbit и Fiverr. Маркетплейсы существенно изменили структуру рынка, характер конкуренции, модели занятости и потребительское поведение. Цель данной статьи — проанализировать ключевые изменения, вызванные развитием цифровых маркетплейсов услуг, а также определить основные вызовы и возможности, возникающие в результате этой трансформации.

Маркетплейсы услуг представляют собой многосторонние цифровые платформы, обеспечивающие поиск, сравнение, заказ и оплату услуг через интернет. Они обладают рядом конкурентных преимуществ по сравнению с традиционными посредниками: доступностью, удобством, прозрачностью и масштабируемостью.

Цифровизация также способствовала переходу от институциональных форм предоставления услуг (например, агентств) к более гибким и децентрализованным форматам. Это трансформирует трудовые отношения и снижает зависимость от традиционного найма, что особенно актуально в условиях экономической нестабильности и роста числа самозанятых граждан.

Кроме того, наблюдается сближение B2C и C2C сегментов: платформы предоставляют инструменты, позволяющие частным лицам оказывать услуги друг другу, формируя новую форму экономического взаимодействия — экономику совместного потребления.

Основные трансформационные эффекты:

 Снижение барьеров входа на рынок для самозанятых и микропредпринимателей; рост гибкой занятости и распространение моделей фриланса; персонализация и автоматизация подбора исполнителей благодаря алгоритмам и ИИ; формирование платформенных экосистем, включающих логистику, страхование, обучение и др.

Таким образом, цифровые платформы становятся инфраструктурными элементами новой цифровой экономики, меняя традиционные формы организации труда и взаимодействия между участниками рынка.

Рост маркетплейсов в секторе услуг создаёт значительный потенциал развития как для экономики в целом, так и для отдельных субъектов рынка:

Увеличение доступности услуг — потребители получают более широкий выбор и могут находить исполнителей с подходящими ценами, рейтингами и локацией.

 Поддержка занятости и самозанятости — маркетплейсы упрощают выход на рынок, особенно в условиях нестабильной экономики.

 Повышение качества и прозрачности — благодаря системе отзывов и рейтингов снижается информационная асимметрия.

 Развитие платформенной конкуренции — сервисы вынуждены внедрять инновации, улучшать UX/UI и сервисную составляющую.

Эти возможности особенно важны в условиях цифровой трансформации регионов, где маркетплейсы помогают преодолевать территориальные барьеры в доступе к качественным услугам.

Цифровые платформы не только расширяют рынок, но и способствуют его сегментации, позволяя учитывать индивидуальные предпочтения и поведение пользователей. Внедрение технологий машинного обучения и анализа больших данных позволяет: предсказывать потребности клиентов; предлагать исполнителям релевантные заказы; оптимизировать систему рекомендаций;

сокращать транзакционные издержки.

Маркетплейсы способствуют вовлечению в экономическую активность ранее не охваченных групп населения, таких как студенты, пенсионеры, родители в декрете и жители удалённых регионов. Например, на платформах можно встретить преподавателей английского из глубинки, предлагающих конкурентоспособные онлайн-уроки жителям мегаполисов и даже других стран.

Для бизнеса, особенно малого и микропредприятий, маркетплейсы открывают каналы сбыта без необходимости тратить ресурсы на маркетинг и логистику. Это снижает издержки и стимулирует предпринимательскую активность.

Наряду с возможностями, цифровая трансформация рынка услуг порождает ряд вызовов, которые требуют системного анализа и регулирования:

1. Правовой вакуум и неформальная занятость. Значительная часть исполнителей работает без оформления трудовых отношений, что снижает уровень социальной защищённости и создаёт трудности в налогообложении.

2. Неравенство и платформенная дискриминация. Алгоритмы подбора исполнителей могут быть непрозрачны и приводить к неравному распределению заказов (например, в зависимости от пола, возраста, репутации или активности).

3. Угроза монополизации. Укрупнение платформ может привести к концентрации власти на рынке и диктату условий для исполнителей, включая повышение комиссии и ограничение альтернативных каналов сбыта.

4. Цифровое неравенство. Люди с низкой цифровой грамотностью или отсутствием доступа к интернету оказываются вне трансформированного рынка, что усиливает социальное расслоение.

Работа на маркетплейсах зачастую предполагает неполную занятость, нестабильный доход, отсутствие оплачиваемого отпуска, пенсионных отчислений и медицинского страхования. Это приводит к возникновению нового типа цифрового прекариата — социальной группы с высоким уровнем неопределённости.

Платформы обладают рычагами воздействия на исполнителей: могут ограничивать их видимость, понижать рейтинг, приостанавливать доступ. Алгоритмы модерируются частично автоматизированно, что может вызывать споры и ошибочные санкции. Возникает проблема цифровой зависимости от одного канала привлечения клиентов, особенно если платформа монополизирует нишу.

Российское законодательство пока слабо адаптировано к реальностям платформенной экономики. Отсутствие статуса платформенного работника затрудняет защиту прав исполнителей. Проблемы с налогообложением, прозрачностью операций и потребительскими рисками остаются актуальными.

Устойчивое развитие цифровых маркетплейсов требует участия государства, бизнеса и общества в совместной выработке новых моделей регулирования и социальной поддержки. Приоритетными мерами могут стать:

 Разработка гибких правовых форм занятости (например, статус платформенного работника); создание стандартов прозрачности алгоритмов и пользовательских интерфейсов; поддержка цифровой грамотности и доступности технологий для всех категорий населения; стимулирование платформ к социально-ответственной модели развития, включая добровольное страхование, обучение исполнителей и снижение барьеров входа.

Международный опыт демонстрирует различные подходы к регулированию платформ: в Евросоюзе ведётся работа над законодательной базой Digital Services Act и Digital Markets Act, направленной на защиту пользователей и обеспечение конкуренции; в США обсуждается вопрос признания некоторых фрилансеров как работников с частичной занятостью; в Китае активно регулируются трудовые условия курьеров и водителей через платформы, включая обязательные социальные отчисления.

Для России актуальны следующие направления: внедрение гибридных правовых форм занятости, позволяющих сочетать гибкость платформ с защитой базовых социальных прав; разработка стандартов ответственности платформ за недобросовестных исполнителей и защиту прав потребителей; государственная поддержка цифровой грамотности населения, особенно в возрастных и малообеспеченных группах; развитие конкуренции и предупреждение монополий в секторе цифровых услуг.

Цифровые маркетплейсы услуг становятся неотъемлемым элементом современной экономики и играют ключевую роль в трансформации рынка услуг. Они создают уникальные возможности для повышения доступности, гибкости и эффективности предоставления услуг, но при этом сопровождаются рядом серьёзных рисков и вызовов. Важно найти баланс между инновациями и социальной устойчивостью, чтобы цифровая трансформация стала источником инклюзивного роста и справедливого распределения выгод для всех участников рынка. Маркетплейсы услуг формируют новый ландшафт экономических отношений, в котором традиционные институты уступают место цифровым посредникам. Этот процесс несёт в себе как значительный инновационный потенциал, так и риски социальной дестабилизации и неравенства. Задача науки, государства и бизнеса — обеспечить такой формат регулирования и развития, при котором цифровые платформы станут не только эффективным механизмом взаимодействия, но и средством устойчивого и инклюзивного роста.

ЛИТЕРАТУРА

1. Брагинский, В. Л. Платформенная экономика: теория и практика / В. Л. Брагинский. — М.: ИНФРА-М, 2021. — 288 с.

2. Ковалёва, Н. А. Цифровая экономика: основы функционирования и развития / Н. А. Ковалёва. — СПб.: Питер, 2020. — 224 с.

3. Яковлева, Е. В. Рынок услуг в условиях цифровизации экономики // Экономика и предпринимательство. — 2022. — № 5 (134). — С. 63–67.

4. Акимова, Т. А. Цифровые платформы и трансформация занятости: вызовы для трудового права // Журнал российского права. — 2021. — № 11. — С. 82–94.

5. Srnicek, N. Platform Capitalism. — Cambridge: Polity Press, 2017. — 120 p.

6. Kenney, M., Zysman, J. The Rise of the Platform Economy // Issues in Science and Technology. — 2016. — Vol. 32, No. 3. — P. 61–69.

7. OECD. Online Platforms: A Practical Approach to Their Economic and Social Impacts. — Paris: OECD Publishing, 2019. — 96 p.

8. Минаев, А. В. Цифровые маркетплейсы: экономико-правовой аспект регулирования // Государство и право. — 2023. — № 2. — С. 57–64.

9. Sutherland, W., Jarrahi, M. H. The Sharing Economy and Digital Platforms: A Review and Research Agenda // International Journal of Information Management. — 2018. — Vol. 43. — P. 328–341.

10. Гуреев, С. П. Экономика совместного потребления и цифровое посредничество в сфере услуг // Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика. — 2020. — Т. 36, вып. 1. — С. 4–26.