DOI: https://doi.org/10.53486/sstc2026.v2.60
CZU: 336.717:[004.78+004.8]

MONETIZATION MODELS IN THE DIGITAL PLATFORM ECONOMY

MODELE DE MONETIZARE ÎN ECONOMIA PLATFORMELOR DIGITALE

SAINSUS Lavinia, studentă, specialitatea Economie și Comunicare în Afaceri
Universitatea „Ștefan cel Mare” din Suceava, România, str. Universității nr. 13
Telefon: +3736118251
E-mail: lavinia.sainsus.z8kx@ase.md

Abstract: *The digital platform economy has undergone a significant transformation, becoming a fundamental driver of value creation in the global economy during 2024–2026. This study investigates the evolution and effectiveness of contemporary monetization models, with particular emphasis on the transition toward hybrid revenue structures. The research employs a mixed-methods approach, integrating a critical review of academic literature with quantitative analysis of recent financial data and industry reports. The paper examines core monetization mechanisms, including transaction-based models, subscription systems, advertising-driven revenues, and emerging forms of data monetization enabled by artificial intelligence. The findings indicate that platforms adopting multi-layered monetization strategies demonstrate superior adaptability and long-term sustainability, primarily through the exploitation of network effects and advanced data analytics. Additionally, the study highlights the increasing influence of regulatory frameworks and generative AI on strategic pricing and revenue optimization. The research contributes to the understanding of platform-based business models by emphasizing the necessity of balancing value creation with efficient value capture in complex digital ecosystems.*
Key words: *Digital platforms, monetization, network effects, AI, creator economy, revenue models*
JEL CLASSIFICATION: L86, M13, D21, O33, L13

INTRODUCERE

Economia platformelor digitale a evoluat dintr-o inovație tehnologică într-o infrastructură esențială a economiei moderne, transformând profund modul de creare, distribuire și monetizare a valorii în perioada 2024–2026. Platformele funcționează ca piețe multi-laterale complexe, în care succesul depinde de echilibrul dintre atragerea utilizatorilor și captarea valorii economice, pe fondul creșterii accelerate a cheltuielilor digitale globale.

Lucrarea își propune clasificarea modelelor de monetizare, analiza datelor financiare ale principalelor platforme, precum și evaluarea impactului tehnologiilor emergente și al reglementărilor asupra performanței economice. Ipoteza centrală susține că modelele hibride, susținute de analiza datelor, asigură sustenabilitatea platformelor într-un mediu competitiv și reglementat. Contribuția cercetării constă în sistematizarea acestor modele și evidențierea rolului inteligenței artificiale în optimizarea mecanismelor de captare a valorii.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Analiză succintă a surselor bibliografice în domeniul problemei cercetate. Fundamentele economiei platformelor au fost dezvoltate de economiști precum Jean Tirole, laureat al Premiului Nobel, care a analizat piețele cu două fețe și rolul subvențiilor încrucișate în echilibrarea acestora. Lucrarea „Platform Revolution” (Parker, Van Alstyne & Choudary, 2016) oferă un cadru conceptual și aplicativ pentru înțelegerea modului în care platformele digitale reconfigurează lanțurile valorice și reduc rolul intermediarilor tradiționali. În literatura recentă, accentul s-a deplasat către „economia creatorilor”, evidențiind necesitatea partajării veniturilor între platforme și utilizatorii-cheie pentru menținerea efectelor de rețea. Totodată, conceptul de „capitalism al supravegherii” subliniază riscurile asociate monetizării intensive a datelor comportamentale (Zuboff, 2019). Studii recente indică faptul că economiile bazate pe platforme contribuie semnificativ la crearea de valoare în

economiile dezvoltate, având o pondere în creștere în sectorul serviciilor (Statista, 2026; Grand View Research, 2025). În acest context, platformele digitale sunt considerate un factor determinant al dinamicii economice contemporane, contribuind substanțial la creșterea valorii adăugate brute.

Descrierea metodelor de cercetare utilizate. Cercetarea utilizează o abordare metodologică mixtă, integrând analiza cantitativă cu cea calitativă. Componenta cantitativă se bazează pe date secundare extrase din rapoarte de industrie și baze de date recunoscute internațional (Statista, eMarketer, Deloitte Insights), acoperind perioada 2024–2026. Pentru analiza datelor au fost aplicate metode statistice descriptive (serii dinamice, comparații relative) și tehnici de analiză comparativă, în vederea identificării tendințelor de diversificare a veniturilor în cadrul principalelor platforme digitale. Componenta calitativă a constat în analiza documentară a literaturii de specialitate și a rapoartelor financiare anuale ale companiilor Meta, Amazon și Spotify pentru anii 2024 și 2025, fiind realizată o evaluare critică a modelelor de monetizare și a strategiilor adoptate. Pentru evidențierea relațiilor dintre variabilele analizate, au fost utilizate reprezentări grafice și sintetice, care ilustrează corelația dintre diversificarea modelelor de monetizare și evoluția marjelor de profit, facilitând interpretarea comparativă a rezultatelor.

Rezultatele obținute. Analiza evoluției principalilor indicatori ai economiei platformelor digitale evidențiază o tendință de creștere accelerată în perioada 2024–2027. În mod particular, anul 2025 marchează o etapă de consolidare a modelelor bazate pe publicitate digitală, în contextul în care veniturile companiei Meta au depășit 196 miliarde de dolari, în pofida intensificării reglementărilor privind protecția datelor.

Tabelul 1. Evoluția veniturilor în Economia Platformelor (2024-2027)

An	Ec. Creatorilor (Mld $)	eCommerce (Mld $)	Global IT Spend (Tril. $)
2024	210	11.2	5.0
2025	250	12.8	5.5
2026	310	13.9	6.1
2027	500	15.5	6.8

Sursa: Elaborat de autor pe baza datelor Statista și eMarketer (2026)

Pentru a ilustra aceste tendințe, tabelul 1 prezintă dinamica comparativă a economiei creatorilor, a platformelor de eCommerce și a cheltuielilor globale IT, evidențiind interdependențele dintre aceste componente și rolul lor în configurarea ecosistemului digital contemporan. Dincolo de dinamica ascendentă a indicatorilor analizați, rezultatele sugerează o reconfigurare a arhitecturii modelelor de monetizare în cadrul platformelor digitale. Această evoluție este caracterizată prin tranziția de la modele unidimensionale către structuri hibride, în care combinarea diferitelor surse de venit devine esențială pentru sustenabilitate și avantaj competitiv.

Modelele de monetizare ale platformelor digitale pot fi clasificate în funcție de mecanismul principal de generare a veniturilor, fiecare având un rol distinct în structura economică a ecosistemului digital. În practică, aceste modele nu funcționează izolat, ci sunt integrate în arhitecturi complexe, în care ponderea fiecărui mecanism variază în funcție de specificul platformei și de poziționarea strategică a acesteia. Pentru a evidenția această distribuție, tabelul 2 prezintă structura estimată a principalelor modele de monetizare în anul 2025. Distribuția prezentată evidențiază predominanța modelului bazat pe publicitate digitală, care deține cea mai mare pondere în structura veniturilor platformelor.

Tabelul 2. Distribuția estimată a modelelor de monetizare în 2025

Model de Monetizare	Platforme Reprezentative	Pondere 2025	Reprezentare vizuală
Publicitate Digitală	Meta, Alphabet (Google)	**38%**	■■■■■■■■
Comisioane & Tranzacții	Amazon, Airbnb, Uber	**27%**	■■■■■■
Abonamente	Spotify, Netflix, Disney+	**22%**	■■■■■
Freemium & Licențiere Date/AI	Reddit, OpenAI API, X	**13%**	■■■
TOTAL		**100%**	

Sursa: Elaborat de autor pe baza Statista, eMarketer şi rapoartelor financiare anuale (2025-2026)

Cu toate acestea, ponderea semnificativă a modelelor tranzacțional, abonament și freemium confirmă tendința de diversificare și adoptare a strategiilor hibride. Această structură sugerează că succesul platformelor depinde de capacitatea de a combina eficient multiple surse de venit, în funcție de comportamentul utilizatorilor și dinamica pieței. În continuare, analiza modelelor de monetizare evidențiază mecanismele prin care platformele generează și optimizează veniturile, precum și provocările asociate.

Modelul tranzacțional rămâne cel mai transparent mod de monetizare. Platforme precum Amazon Marketplace, Airbnb și Uber rețin un procent din fiecare tranzacție. În 2025, Amazon a încasat peste 140 miliarde de dolari doar din serviciile oferite vânzătorilor terți (comisioane, logistică, publicitate internă). Provocarea majoră în 2026 este „dezintermedierea", unde vânzătorii încearcă să mute tranzacțiile în afara platformei pentru a evita comisioanele care pot ajunge și la 30% (cazul App Store).

Abonamentele oferă venituri recurente și previzibile. Spotify este exemplul clasic, raportând în 2025 o creștere de 10% a plăților către industria muzicală, atingând 11 miliarde de dolari. Totuși, piața a ajuns la un punct de saturație. Utilizatorii devin tot mai selectivi, ceea ce a dus la apariția „pachetelor hibride" – de exemplu, un abonament mai ieftin care include și reclame (model adoptat cu succes de Netflix și Disney).

Inteligența Artificială Generativă a deschis un nou flux de venituri: licențierea datelor. Platforme cu conținut generat de utilizatori (Reddit, etc) au semnat contracte de sute de milioane de dolari în 2024-2025 cu dezvoltatorii de LLM (OpenAI, Google) pentru accesul la datele lor pentru antrenament. De asemenea, AI permite efectului prețului dinamic la un nivel granular, unde prețul unui serviciu (ex. un curs pe Coursera sau o cursă Uber) este ajustat în milisecunde în funcție de probabilitatea de conversie a utilizatorului.

Publicitatea rămâne motorul principal pentru Meta și Alphabet. În 2025, Meta a raportat o marjă de profit de 35%, susținută de eficiența AI în livrarea reclamelor. O tendință nouă în 2026 este „Retail Media Networks", unde platforme de comerț (ex. Walmart, Amazon) își vând propriile date de cumpărare către branduri pentru reclame ultra-targetate, segment care crește cu 25% anual.

Tabelul 3. Analiză comparativă Amazon vs. Meta. Strategii de monetizare (2025-2026)

Criteriu	AMAZON	META
Model primar	Tranzacțional → Publicitate	Publicitate → Social Commerce
Venituri publicitate 2025	> $50 miliarde	> $196 miliarde
Marjă profit 2025	~25% (cloud + retail)	~35% (AI-optimized ads)
Motor de creştere	Retail Media + AWS Cloud	AI ads + Reels + WhatsApp
Direcție strategică 2026	Retail Media Networks	WhatsApp Commerce, Threads

Efect de rețea	Vendor lock-in logistică	Date comportamentale la scară
Risc principal	Dezintermediere vânzători	Reglementări DMA/GDPR

Sursa: Elaborat de autor pe baza rapoartelor financiare anuale (10-K) Amazon şi Meta (2025)

Studiul comparativ (tabelul 3) între Amazon și Meta relevă două filosofii de monetizare opuse care tind să conveargă. Amazon a pornit de la un model tranzacțional pur și a adăugat publicitatea ca un strat extrem de profitabil (veniturile din reclame ale Amazon au depășit 50 miliarde $ în 2025). Meta, pornind de la publicitate pură, încearcă să integreze tranzacțiile direct în Instagram și altele. Această convergență arată că modelul ideal este cel care capturează valoare atât din atenția utilizatorului, cât și din portofelul acestuia.

Compararea celor două platforme evidențiază convergența strategiilor de monetizare, în ciuda diferențelor inițiale de model de business. Ambele companii tind să integreze multiple surse de venit, ceea ce confirmă faptul că modelele hibride reprezintă o soluție optimă pentru maximizarea valorii captate și menținerea avantajului competitiv în economia digitală.

CONCLUZII/RECOMANDĂRI

Analiza realizată evidențiază faptul că economia platformelor digitale este caracterizată de o creștere susținută și de o diversificare accentuată a mecanismelor de monetizare în perioada 2024–2026. Rezultatele confirmă tranziția de la modele unidimensionale către structuri hibride, în care combinarea publicității digitale, abonamentelor și tranzacțiilor devine esențială pentru sustenabilitatea platformelor. De asemenea, studiul subliniază rolul tot mai important al inteligenței artificiale în optimizarea strategiilor de monetizare și în valorificarea datelor. Analiza comparativă evidențiază convergența strategiilor platformelor majore către modele integrate de captare a valorii.

În baza concluziilor formulate și a tendințelor identificate în analiza empirică, se conturează o serie de direcții strategice menite să sprijine adaptarea și consolidarea platformelor digitale într-un mediu economic dinamic și competitiv. Astfel, pentru asigurarea sustenabilității și creșterii performanței economice, se recomandă: adoptarea modelelor de monetizare hibride pentru creșterea rezilienței economice; investiții în analiză de date și inteligență artificială pentru optimizarea veniturilor; adaptarea la reglementările digitale pentru reducerea riscurilor; dezvoltarea ecosistemelor bazate pe echilibru între crearea și captarea valorii.

REFERINȚE:

1. Bleier, A., et al. (2024). On the role of social media platforms in the creator economy. Journal of Interactive Marketing, 61, 1-20.
2. Deloitte. (2026). 2026 Global Hardware and Consumer Tech Industry Outlook. Deloitte Insights.
3. Evans, D. S., & Schmalensee, R. (2016). Matchmakers: The New Economics of Multisided Platforms. Harvard Business Review Press.
4. Gawer, A., & Cusumano, M. A. (2014). Industry platforms and ecosystem innovation. Journal of Product Innovation Management, 31(3), 417-433.
5. Grand View Research. (2025). Creator Economy Market Size, Share & Trends Analysis Report 2025-2033.
6. McHardy, J., et al. (2024). Platform business models and strategic price interaction. ScienceDirect - Transportation Research Part B.
7. Parker, G. G., Van Alstyne, M. W., & Choudary, S. P. (2016). Platform revolution: How networked markets are transforming the economy. W. W. Norton & Company.
8. Statista. (2026). Global Meta advertising revenue 2025. Statista Research Department.
9. Tirole, J. (2017). Economics for the Common Good. Princeton University Press.
10. Zuboff, S. (2019). The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power. PublicAffairs.

Coordonator științific: BARBĂNEAGRĂ Oxana, dr., conf.univ.
Academia de Studii Economice din Moldova,
Strada Mitropolit Gavriil Bănulescu-Bodoni 61, Chișinău
Telefon: + 373 69 0651 65
e-mail: oxana.barbaneagra@ase.md