

Список использованных источников

1. Таможенный кодекс Евразийского экономического союза (приложение № 1 к Договору о Таможенном кодексе Евразийского экономического союза) [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс. Россия / ЗАО «КонсультантПлюс». – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_215315/. – Дата доступа: 01.02.2020.
2. Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности [Электронный ресурс]: Федер. закон, 8 дек. 2003 г., № 164-ФЗ // КонсультантПлюс. Россия / ЗАО «КонсультантПлюс». – М., 2003.
3. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) [Электронный ресурс]: 5 авг. 2000 г., № 117-ФЗ // КонсультантПлюс. Россия / ЗАО «КонсультантПлюс». – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28165/. – Дата доступа: 03.02.2020.
4. О ставках таможенных сборов за таможенные операции [Электронный ресурс]: Постановление Правительства РФ, 28 дек. 2004 г., № 863 // КонсультантПлюс. Россия / ЗАО «КонсультантПлюс». – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_50977/. – Дата доступа: 05.02.2020.
5. Положение по бухгалтерскому учету «Учет активов и обязательств, стоимость которых выражена в иностранной валюте (ПБУ 3/2006)» [Электронный ресурс]: Приказ Минфина России, 27 нояб. 2006 г., № 154н // КонсультантПлюс. Россия / ЗАО «КонсультантПлюс». – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_65496/9094048ae7c9952dd07eca70d055a7fbe5215d3b/. – Дата доступа: 04.02.2020.
6. Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет материально-производственных запасов (ПБУ 5/01)» [Электронный ресурс]: Приказ Минфина России, 9 июня 2001 г., № 44н // КонсультантПлюс. Россия / ЗАО «КонсультантПлюс». – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_32619/. – Дата доступа: 04.02.2020.
7. О направлении письма Минфина России [Электронный ресурс]: Письмо ФНС России, 28 февр. 2020 г., № БС-4-11/3347 // КонсультантПлюс. Россия / ЗАО «КонсультантПлюс». – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_347302/. – Дата доступа: 05.02.2020.

УДК [330.341.2+330.341.1]:004.9

В. В. Липов

*Институт экономики и прогнозирования НАН Украины,
Киев, Украина, lipov_vl@ukr.net*

ИНФОРМАЦИОННАЯ ПЛАТФОРМА КАК ГЛОБАЛЬНАЯ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ ИННОВАЦИЯ ЭПОХИ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

Рассматриваются предпосылки формирования информационных платформ как инновационной институциональной формы и новой модели бизнеса, сформированной в процессе становления цифровой экономики. Представлены их основные компоненты и направления классификации. Прослежена взаимосвязь эффекта «улыбающейся кривой», характеризующего распределение прибыли в цепочках добавленной стоимости, и формирования модели бизнеса, опирающейся на информационные платформы.

Ключевые слова: глобализация, институты, информационные платформы, сетевые структуры, цепочки добавленной стоимости, цифровая экономика

V. Lypov

Institute of Economics and Forecasting of the NAS of Ukraine,

Kyiv, Ukraine, lypov_vl@ukr.net

INFORMATION PLATFORM AS A GLOBAL INSTITUTIONAL INNOVATION OF THE EPOCH OF DIGITAL TRANSFORMATION

The prerequisites for the formation of information platforms as an innovative institutional form and a new business model, formed in the process of the digital economy, are considered. Their main components and classification directions are presented. The relationship between effect of the «smiling curve» characterizing the distribution of profit in value chains and the formation of a business model based on information platforms is traced.

Keywords: *digital economy, globalization, institutions, information platforms, network structures, value chains*

Возрождение интереса к институциональной теории в 90-х гг. XX в. было связано с кардинальными трансформациями глобального экономического пространства. Смена парадигмы хозяйствования на постсоветском пространстве, стагнация экономик целого ряда стран Латинской Америки, Азии и Африки стимулировали обращение экономистов к исследованию институциональных механизмов формирования успешной модели экономического развития. Богатый материал для этого предоставлял опыт успешного формирования институционального базиса рыночных отношений в целом ряде стран Восточной Европы и Юго-Восточной Азии. В тени этих процессов в развитых странах Запада в ответ на негативные последствия массового выноса производства в новые индустриальные страны активизировались поиски новой институциональной модели обеспечения конкурентного превосходства на глобальных рынках.

Глобальные цепочки добавленной стоимости как институциональная инновация, порожденная эпохой совершенствования транспорта и связи, обеспечили возможность соединения высоких технологий, которыми обладали западные ТНК с дешевой рабочей силой новых индустриальных стран. В их рамках произошло разделение операций на два неравных блока. Первый связан с разработкой новых машин и технологий, организацией и финансированием производственного процесса, продвижением продукта, его послепродажным обслуживанием. Второй – с непосредственной работой с материальной субстанцией продукта, изменением ее физических характеристик. На принципиальные отличия этих составляющих процесса производства в контексте создания и распределения добавленной стоимости обратил внимание еще в 1992 г. руководитель *Acer Group* С. Ши. Он сделал это на основе анализа прибыльности различных стадий создания компьютеров.

График, в котором по вертикальной оси отображается добавленная стоимость, а по горизонтальной – последовательно все стадии создания продукта в цепочке добавленной стоимости (исследования и разработки, дизайн, снабженческая логистика, производство, сбытовая логистика, маркетинг, послепродажное обслуживание) имеет вогнутую форму латинской буквы *U*. За подобный вид кривая распределения добавленной стоимости получила название «улыбающейся кривой» (*smiling curves*). Чем дальше от центральной стадии

создания продукта собственно производства находится участник цепочки, тем на большую долю добавленной стоимости он может претендовать [1]. В качестве причин неравенства называют различия в квалификации и уровнях оплаты труда работников, задействованных на различных стадиях, более высокую конкуренцию в обрабатывающих отраслях, использование властных ресурсов организаторами цепочек добавленной стоимости, возможности минимизации рисков на отдельных стадиях.

Парадоксально, но явление, которое отображает характер «улыбающейся кривой» добавленной стоимости, побудило негативную реакцию как в странах-реципиентах производственной стадии, так и в развитых экономиках, откуда она была выведена. Для первых он означает недополучение потенциальной прибыли. Для вторых – причину ускоренного вывода обрабатывающих отраслей экономики в новые индустриальные страны. Ведь активное развитие цепочек добавленной стоимости привело к деиндустриализации стран базирования ТНК. Уже в начале нового тысячелетия в США, Европе начинают говорить об угрозе оказаться в зависимости от производственной базы новых индустриальных стран и необходимости восстановления собственного производственного потенциала, новой индустриализации. С обеих сторон актуализировалась задача поиска возможности ликвидации этого дисбаланса.

Развитие информационно-компьютерных технологий как этап научно-технической революции, последовавший за совершенствованием транспорта и связи, в свою очередь создал условия формирования новых институциональных моделей бизнеса. Сетевые структуры и информационные платформы, составляющие их организационное ядро, приходят на смену ставших уже традиционными цепочек добавленной стоимости во главе с ТНК. Реиндустриализация в условиях формирования информационной экономики создает возможности и предполагает углубление международного разделения труда в рамках производственного сектора экономики. Инструментом таких изменений стали информационные платформы.

Информационная платформа – организационная структура, включающая в себя функционирующее на иерархических принципах ядро, обеспечивающее возможность взаимодействия в рамках единой экосистемы независимых производителей и потребителей товаров и услуг. Опора на информационные технологии и сетевые эффекты, виртуализация продукта деятельности обеспечили возможность универсализации платформы как институциональной структуры, способной выполнять множество разнообразных задач и функций, интегрироваться в широкий спектр сфер экономики и видов деятельности [2].

Эти универсализм и многоликость информационной платформы как модели бизнеса обуславливают сложности их однозначной характеристики, определяют разнообразие подходов к их описанию и классификации. Во многих случаях они пересекаются между собой, как пересекаются направления и формы деятельности самих платформ. По степени открытости и возможности участия в формировании платформенного сервиса выделяют внутренние (создаются для обслуживания потребностей конкретного предприятия), закрытые (программное обеспечение работы платформы создается и поддерживается исключительно организаторами) и открытые (организаторы принимают, поддерживают, а зачастую и стимулируют участие внешних разработчиков к участию в расширении программного обеспечения работы информационных платформ).

На основании ключевого способа создания ценности говорят о коммуникационных (обеспечение возможности взаимодействия в рамках экосистемы платформы, интернет-

сообщества – *Twitter*, «ВКонтакте»), транзакционные (обеспечение возможности существования двух- и многостороннего виртуального рынка товаров и услуг – *Baidu*, *Tencent*), инновационные (формирование инновационной среды, стимулирующей активное использование креативного потенциала независимых разработчиков в процессе создания комплементарных приложений, способных расширить сферы применения и облегчить использование основного продукта ИП – *Intel*, *Microsoft*), инвестиционные (финансовое обеспечение создания и работы информационных платформ – *Priceline*, *Naspers*, *Softbank*), интегрированные (объединение функций коммуникационных и транзакционных информационных платформ – *Amazon*, *Apple*, *Google*).

Акцент на отношении платформенного ядра, производителей и потребителей к ресурсу создания стоимости позволяет говорить об облачных (предоставление в виртуальную аренду вычислительных мощностей и программного обеспечения – *AWS*, *Salesforce*), производственных (использование Интернет 4.0 для организации производственных процессов – *GE (Predix)*, *Siemens (Mind-Sphere)*), бережливых платформах (информационное и организационное посредничество между потребителями услуг и обладателями соответствующих активов – *Uber*, *Airbnb*).

Разграничение информационных платформ по степени самостоятельности в рамках сетевой структуры позволяет выделить первичные (обеспечение инновационной и технологической базы создания и расширения сфер деятельности вторичных информационных платформ – *Intel*, *Microsoft*, *Oracle*, *SAP*) и производные.

В зависимости от характера и сферы деятельности информационные платформы классифицируют на платежные (обеспечение интернет-платежей), рекламные (использование экосистемы информационной платформы для продвижения товаров и услуг), торговые (обеспечение связи между потенциальными покупателями и производителями), промышленные (обеспечение *Smart*-производств), продуктовые (предоставление товара как услуги), обучающие (обеспечение программ *Smart*-образования), коммуникационные, логистические (оптимизация транспортировки грузов), шеренговые (обеспечение экономики совместного использования).

Выделение в качестве критерия классификации социальной природы деятельности позволяет говорить о коммерческих (извлечение прибыли), некоммерческих (социальные проекты), государственных (предоставление гражданам страны различного рода услуг на основе использования цифровых технологий). В зависимости от основного источника финансирования и получения прибыли информационные платформы можно разделить на спонсируемые, работающие на основе абонентской платы за предоставление пакета услуг, работающие на долевой основе. Учет географического охвата экосистемы ведет к разграничению глобальных, национальных и локальных информационных платформ. По уровню специализации можно выделить универсальные, отраслевые, специализированные платформы. В свою очередь исследование особенностей исторического пути формирования позволяет говорить об эволюционных информационных платформах (корпорации, переориентировавшие модель бизнеса на использование информационных платформ) и «цифровых аборигенах» (корпорации, изначально создаваемые с ориентацией на платформенную модель).

Объединяет это разнообразие общность институциональной структуры, включающей в себя организационное ядро информационной платформы и способные динамично меняться

местами группы производителей и потребителей услуг, формирующих ее экосистему. Особое место институциональной системе информационной платформы играют собственники или инвесторы. Зачастую оставаясь вне организационной структуры ядра и не вмешиваясь в текущие вопросы работы платформы, они определяют ее миссию, цели, политику, принципы построения экосистемы.

По сути формирование информационных платформ стало продолжением и развитием логики действий ТНК на глобальных рынках. Последние уже в 80-х гг. XX в. развернули процесс сбрасывания основных производственных фондов и перехода на контрактные отношения с независимыми поставщиками отдельных компонентов производимой продукции [3]. Вместе с тем имеются существенные отличия между ТНК и информационными платформами, действующими глобально, подобно *Google* или *Facebook*.

Сбрасывая с себя периферийные, малоприбыльные, трудоемкие элементы производственного процесса, ТНК сохраняли за собой контроль за деятельностью контрактных производителей. Инструментами такого контроля выступала технологическая, финансовая зависимость, зависимость участников цепочки создания стоимости по условиям реализации собственного продукта. Его возможность определялась наличием значительного научно-технического, финансового, управленческого потенциала ТНК. В результате формально горизонтальная система отношений обрела черты иерархической.

В свою очередь в основе успешной работы информационной платформы лежит опора на интересы участников экосистемы. Именно они являются основным активом любой информационной платформы. Горизонтальный характер отношений между ядром и потребителями стимулирует поддержание постоянного мониторинга как внутреннего состояния экосистемы, так и внешней среды ее деятельности, необходимость прочной обратной связи с клиентами. Позиция посредника в сфере предоставления услуг на основе информации позволяет свести до минимума материальные активы и штат сотрудников. В результате штат таких глобальных платформенных гигантов, как *Google* и *Facebook*, при объемах прибыли, сопоставимых и превосходящих крупнейшие традиционные ТНК, оказывается на порядки меньше.

Одновременно существенно отличаются типы корпоративных культур, характерных для традиционных ТНК и информационных платформ. Всемирно признанные консультанты в сфере международного бизнеса Ф. Тромпенаарс и Ч. Хампеден-Тернер в зависимости от особенностей национальных культур выделяют четыре типа корпоративной культуры: Семья (Франция, Испания, большинство азиатских стран), Самонаводящаяся ракета (США, Великобритания), Эйфелева башня (Германия), Инкубатор (Швеция). Критериями разграничения между ними являются дистанция власти между руководителями и подчиненными и степень формализации. В разных национальных культурах они существенно варьируются. Вместе с тем уже сами масштабы деятельности любой ТНК, многоярусная структура управления диктуют необходимость значительной формализации различных аспектов работы персонала, увеличение дистанции между сотрудниками, находящимися на различных ступенях управленческой иерархии, между ними и рядовым персоналом. Иные институциональная структура, бизнес-модель, чаще всего масштабы ведения бизнеса информационных платформ объективно предполагают максимальную демократизацию корпоративной культуры как в рамках организационного ядра платформы, так и между ней и потребителями услуг. Сама нацеленность на инновацию как условие и способ существования платформы

обуславливает необходимость создания и поддержания творческой атмосферы. Основанием повышения статуса сотрудника становятся его творческие достижения, обеспечение инновационного развития платформы. Персонал рассматривается как коллеги по творческому процессу, работающие на единой волне. «Креативная диффузность» творческой атмосферы в коллективе усиливается необходимостью оперативной реакции на сигналы сети, экосистемы информационной платформы [4].

Эффект масштаба производства, на который опираются ТНК, дополняется эффектом «масштаба потребления», характерным для сетевых структур. Чем больше сеть участников экосистемы информационной платформы, тем шире круг потенциальных производителей и потребителей, больше разнообразие, шире выбор по качественным характеристикам товаров и услуг, на которые ориентируется платформа, растет вероятность удовлетворения специфических потребностей.

Еще одной важной чертой, отличающей информационные платформы от ТНК и обеспечивающей их превосходство, является высокая мобильность, способность оперативно реагировать и приспосабливаться к рыночным изменениям. В условиях распространения информационных технологий данные, на работе с которыми строится вся деятельность информационных платформ, приобретают значимость основных фондов, а техническая инфраструктура их обработки превращается в оборотный капитал, который вполне можно передоверить стороннему поставщику (облачные платформы). В результате по потенциалу мобильности информационные платформы оказываются на одном уровне с финансовыми корпорациями. В то же время в отличие от основных фондов ТНК, базы данных, уступая по своей ликвидности денежным знакам, могут легко пополняться, перестраиваться, направляться на удовлетворение широкого спектра постоянно обновляемых потребностей различных групп потребителей независимо от места их пребывания.

Все это позволяет исследователям говорить о формировании в условиях цифровой экономики информационных платформ – Мини-ТНК, которые, оставаясь малыми и средними предприятиями по штату и объему материальных активов, по глобальным масштабам деятельности, оказываются вполне сопоставимы с ведущими ТНК мира.

Становление информационной экономики вносит существенные изменения в институциональную структуру бизнеса и глобальный экономический ландшафт. Важным элементом происходящих изменений стали информационные платформы. Их создание содержит значительный потенциал интенсификации национального и международного экономического взаимодействия и развитие экономики.

Список использованных источников

1. *Rungi, D.* The «Smile Curve»: where Value is Added along Supply Chains. IMT / A. Rungi, D. Del Prete // Lucca EIC working paper series. – 2017. – № 5. – P. 79–91.

2. *Маркова, В. Д.* Бизнес-модели компаний на базе платформ / В. Д. Маркова // Вопросы экономики. – 2018. – № 10. – С. 127–135.

3. Новые производственные системы и региональные аспекты глобализации. – М. : ИНИОН, РАН, 2014. – 172 с.

4. *Тромпенаарс, Ф.* Национально-культурные различия в контексте глобального бизнеса / Ф. Тромпенаарс, Ч. Хампден-Тернер ; пер. с англ. Е. П. Самсонова. – Минск : Попурри, 2004. – 528 с.