

## **ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ СУБЪЕКТОВ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ**

Современной экономике присущи глубокие изменения в сфере конкурентного взаимодействия фирм, принципов их организации и функционирования. Широкое внедрение информационных технологий в сочетании со снижением уровня транспортных и трансакционных издержек, формирование глобальных производственных цепочек, объединяющих множество не связанных отношениями собственности компаний, значительное сокращение жизненного цикла новых продуктов – все это сделало крайне нестабильной внешнюю среду функционирования предприятий. Бизнес-структуры вынуждены адаптироваться к чрезвычайно быстрым технологическими и экономическими изменениями, приобретать способность конкурировать на глобальных рынках, развить инновационную активность во всех сферах деятельности и на этой основе снижать издержки.

Эти условия во многом меняют институциональные основы деятельности фирм, их организационную структуру и систему управления в направлении повышения адаптивности, достижения максимальной гибкости и способности к рекомбинации. Однако в реальности эти процессы развиваются весьма противоречиво. С одной стороны, информационно-коммуникационные технологии открывают большие возможности перед малыми и средними фирмами в создании гибких и динамичных сетевых образований, основанных на горизонтальных связях, кратковременных и долговременных сетевых взаимодействиях. Речь идет о возможностях функционирования децентрализованного, но относительного целого множества хозяйственных единиц, способных конкурировать между собой, но и сотрудничать в рамках общей стратегии. С другой стороны, современные реалии таковы, что успех предприятия в настоящее время, прежде всего, в реальном секторе экономики, определяется местом в глобальной цепочке создания ценности. Фирмы конкурируют между собой в процессе интеграции в транснациональные экономические структуры за приемлемое, относительно высокотехнологичное, место в данной цепочке, обеспечивающее высокую добавленную стоимость. Именно это место определяет доступ к высоким технологиям, каналам поставок и сбыта, передовому маркетингу и др.

Новые условия предопределили процесс трансформации вертикально-иерархичных форм организации крупного корпоративного бизнеса. И этот процесс проходит противоречиво. С одной стороны, наблюдается тенденция к размыванию их административного ядра и свертыванию иерархических структур. Стратегии адаптации к сетевой экономической среде вынуждают крупные транснациональные структуры выстраивать горизонтальные связи, приобретать признаки сетевых хозяйственных образований. С другой стороны, транснациональные корпорации, играющие ведущую роль на мировом рынке, используют возможности сетевой экономики для оптимизации производства в глобальном экономическом пространстве. Сетевые контакты позволяют им в целях сокращения издержек интегрировать в бизнес-цепочки субъектов экономики во всех уголках мира, в том числе, предприятий развивающихся стран, использующих архаичные формы организации производства и труда, осуществляющих деятельность на основе низких социальных и экологических стандартов. Эти возможности позволяют транснациональным корпорациям сохранять иерархические структуры и дополнять их горизонтальной организацией бизнеса, адаптируясь к перманентному изменению рыночной ситуации благодаря быстрому изменению конфигурации глобальных бизнес-цепочек.

Наряду с этими тенденциями следует отметить революционное воздействие на принципы организации и функционирования субъектов экономики оказывают компании-цифровые платформы. Они во многом меняют традиционные принципы работы предприятия; вместо направленности на максимизацию прибыли они отдают приоритет экспансии, охвату максимально числа пользователей и, на этой основе, росту рыночной капитализации компании. Экономические преимущества таких компаний базируются на положительном эффекте масштаба, возможности предлагать более доступные продукты и услуги по мере их роста и экспансии.

Доминирующим платформам присущи диверсификация деятельности, стремление проникать в смежные сферы бизнеса. Это дает возможность не только повысить качество оказываемых услуг, но аккумулировать информацию, в том числе, персональные данные потребителей. Эти данные составляют самый ценный и проблемный актив компаний-платформ. Объем формально не принадлежащих компании данных во многом определяется рыночная власть компаний – цифровых платформ, персональные данные предлагаются рекламодателям и монетизируются посредством цифровой рекламы (Вопросы конкуренции в цифровой экономике. Записка секретариата ЮНКТАД / Конференция ООН по торговле и развитию Режим доступа: [https://unctad.org/system/files/official-document/ciclpd54\\_ru.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/ciclpd54_ru.pdf) – Дата доступа: 06.03.2022). Экономия от эффекта масштаба, возможности диверсификации деятельности, использования огромного массива персональных данных затрудняют выход на рынок новых участников, на рынке утверждается доминирование олигополистических структур и олигополистического ценообразования.

Опыт успешной экспансии компаний-платформ оказывает влияние на организацию деятельности традиционных корпораций во многих сферах бизнеса. Угроза высокого влияния и приобретения рыночной власти компаний-платформ, в части контроля над каналами поставок и ценообразованием, возможности влиять на спрос, вынуждают многие традиционные корпорации не только использовать принципы информационной платформы в своей деятельности, но и институционально эволюционировать в сторону компании-информационной платформы. Традиционный бизнес, работающий с широким кругом потребителей, оценил преимущества цифровых платформ, прежде всего, в доступе к массивам персональных данных, которые используются в коммерческих целях. Эти возможности ярко проявляются в манипулировании поведением потребителя в глобальной информационной среде, в практике глобального маркетинга.