

ФЕНОМЕНЫ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Г.С. Сологубова,
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
(Санкт-Петербург)

Гипотеза. В условиях цифровой трансформации экономики возникли новые феномены регулирования хозяйственной деятельности:

- бизнес-экосистема,
- аналоговое дополнение (институт развития),
- социальный конструкт ценности – впечатление от соучастия.

Реальную экономику определяют именно эти феномены, поэлементное и комплексное управление которыми формирует у хозяйствующего агента способность к поведению одновременно регулятивному и инновационному¹; не только позволяет добиваться эффективности и продуктивности существующей системы, но и изобретать новые бизнес-модели - «неизведанные»².

Предпосылки

Цифровизация экономики обладает множеством преимуществ, а потому она неизбежна. Она снижает стоимость платежей и открывает новые источники дохода. В среде онлайн стоимость услуг ниже, чем в традиционной экономике (прежде всего, за счет снижения затрат на продвижение), а сами услуги, как государственные, так и коммерческие – доступнее. Кроме того, товары и услуги в цифровом мире могут быстро выйти на глобальный рынок, стать доступными людям в любой точке мира. Предлагаемый продукт может

¹ Амбидекстры предприятия одновременно управляют бизнесом и изобретают его (примеч. автора).

² «Неизведанное (чего нет на карте) – изобретайте новые индустрии, устанавливайте новые стандарты – предприятия должны сами создавать новые правила взаимодействия» - из отчёта «Technology vision 2017» международной компании Accenture, оказывающей услуги в области управленческого консалтинга, информационных технологий и аутсорсинга (примеч. автора)

быть практически мгновенно доработан под новые ожидания или потребности потребителя. Цифровая экономика предоставляет гораздо более разнообразный информационный, образовательный, научный, развлекательный контент, делает это быстрее, качественнее и удобнее.

Более того, цифровая экономика уже стала реальностью.

Фундаментальные изменения уже произошли в массмедиа: с появлением Amazon, Netflix и других цифровых игроков, расстановка сил в отрасли существенно изменилась не в пользу традиционных каналов. Цифровизация экономики уже повлияла на розничную торговлю, телекоммуникации, страхование и банковское дело. Интернет-магазины активно наращивают свою долю рынка. Внутренние операции компаний и в точках продаж, и в цепочке поставок претерпевают существенные изменения, связанные с переходом предприятий на системы электронного документооборота (СЭД) и системы управления корпоративным контентом ЕСМ- класса. Цифровые технологии имеют ключевое значение как для инициатив, ориентированных на клиентов (CRM), так и для оптимизации внутренних процессов (ERP, SCM). Криптовалюты получают легитимный статус. В таких отраслях как потребительские товары, автомобильная промышленность, транспорт, логистические услуги, здравоохранение, образование, металлургия, электроэнергетика, машиностроение влияние цифровизации сложно до конца оценить, кардинальные изменения ещё предстоят. В сфере потребительских товаров большинство инициатив связано с управлением цепочкой поставок и разработкой продуктов. Кроме того, развивается прямая B2C торговля через онлайн каналы (например, P&G³). Одним из главных вызовов автомобильной отрасли стал беспилотный автомобиль. Транспорт и логистические услуги видят потенциал в более эффективном использовании активов на основе принципов «экономики взаимопомощи». Здравоохранение и образование

³ Procter & Gamble Company «Проктер энд Гэмбл», — американская транснациональная компания, один из лидеров мирового рынка потребительских товаров. Акции компании учитываются при расчёте промышленного индекса Доу-Джонса (примеч. автора).

сконцентрировались на увеличении доступа и качества без повышения стоимости услуг. Ключевые изменения в металлургии, машиностроении, электроэнергетике связаны с «интернетом вещей», дополненной реальностью, роботизацией и эффективной загрузкой мощностей.

Цифровизация экономики имеет эпохальное значение, так как приводит к изменениям, сравнимым с социальным взрывом революционной ситуации. Цифровая трансформация экономики сопровождается разрушением традиционных моделей хозяйствования; изменением характера трудовой деятельности; высвобождением времени, не связанного с жизнеобеспечением; ростом темпоральности, неопределённости и рисков; возникновением новых угроз безопасности жизнедеятельности.

Экспансия Цифры в Бизнес реализуется поэтапно (рисунок 1). Стратегические приоритеты на каждом этапе сгруппированы по блокам: (1) нормативно-правовое регулирование, способствующее развитию Цифры, (2) навыки, необходимые для внедрения и использования цифровых технологий, (3) Институты эффективные и подотчётные.

Через призму реального рынка наблюдаются разрывы цифрового проникновения, которые провоцируют неравенства:

- цифровое неравенство;
- социальное неравенство;
- неравенство в присвоении благ.

В докладе Всемирного банка (ВБ) в серии «Мировое развитие» за 2016 год говорится о том, что всего лишь около 15 % жителей планеты могут позволить себе оплату широкополосного доступа в интернет. Основным средством доступа в интернет в развивающихся странах служат мобильные телефоны, которыми обеспечены около 80 процентов мирового населения. Но при всём этом почти 2 миллиарда человек не имеют мобильных телефонов, а около 60 % населения земного шара не имеют: доступа к интернету, возможности его использовать или средств для его оплаты [9]. В предисловии к докладу о

мировом развитии (2016) президент группы Всемирного банка Джим Ён Ким отмечает: «Почти 6 миллиардов человек не имеют высокоскоростного доступа



Рисунок 1. Жизненный цикл цифровизации экономики

в интернет и поэтому не могут полностью приобщиться к цифровой экономике. ...Сейчас по всему миру в поисковую систему Google ежедневно отправляется свыше 4 миллиардов запросов – и, в то же время, 4 миллиарда человек по-прежнему не имеют доступа к интернету». Цифровой разрыв внутри стран может быть столь же глубок, сколь и разрыв между различными странами. Страны Скандинавии, Великобритания, США, Россия внедряют технологию «блокчейн биткоин» – второе поколение интернета. При этом уровень проникновения мобильной связи и интернета внутри каждой страны из списка различен и колеблется в диапазоне 90 - 40 %. Наибольшее число пользователей интернета зарегистрировано в Китае, за которым следуют Соединенные Штаты, Индия, Япония и Бразилия, которые входят в первую пятерку. Разрывы между наиболее бедными 40 % и наиболее состоятельными 60 % населения, а также между сельскими и городскими жителями, сокращаются в плане пользования мобильными телефонами, но углубляются в плане пользования интернетом. Вероятность использования цифровых технологий или владения соответствующими устройствами у женщин ниже, чем у мужчин. Сохраняются существенные цифровые разрывы между различными демографическими группами. Наиболее глубокий разрыв между молодежью (20 %) и лицами в возрасте старше 45 лет (8 %) [9].

Социальное неравенство выражается в различиях в образовании, квалификации, профессиональной принадлежности. На смену классам и сословиям пришли категории людей: индиго, миллениалы, эхо-бумеры; поколения X, Y, Z. Вероятно, появится бесполезный класс [8]. В него войдут не просто безработные люди, а люди в принципе не способные устроиться на доступную работу. Смыслом жизни бесполезного класса станут компьютерные игры. Проблемой будущего станет не отсутствие денег, а отсутствие занятости и чувства удовлетворенности. Если у людей нет дела и нет конкретных целей, то они начинают сходить с ума. Уже сегодня многие отказываются от работы в пользу видеоигр.

Согласно исследованию американских экономистов, 22% американских мужчин без высшего образования не работали ни дня за последние 12 месяцев. По данным Американского бюро статистики труда, за последние 15 лет количество свободного времени у низкоквалифицированных рабочих увеличилось на 4 часа в неделю, и 3 часа из этого дополнительного времени тратится на видеоигры [8].

Неравенство в присвоении благ проявляется в росте безработицы, концентрации элиты и в ещё большем обеднении бедных. Постоянно возрастает способность машин выполнять рутинные операции быстрее и дешевле, чем люди. Компьютеры, возможно очень скоро, смогут вполне успешно справляться со многими операциями, которые сегодня рутинными не считаются, например, с письменным переводом, оформлением страховых полисов и даже постановкой медицинских диагнозов. В отличие от технологических сдвигов, имевших место в прошлом, например, механизации сельского хозяйства или автоматизации обрабатывающей промышленности, интернет затрагивает высокооплачиваемые рабочие места для «белых воротничков» даже в большей мере, чем рабочие места для «синих воротничков» [9].

Существующий разрыв в доступе к цифровым технологиям провоцирует появление новых разрывов – глобальный разрыв в знаниях и в возможностях. В докладе ВБ отмечено, что 85 % созданных пользователями материалов, проиндексированных поисковой системой Google, происходят из Соединенных Штатов, Канады и Европы; примерно такова же и доля изданий из этих стран среди всех выпускаемых в мире научных журналов. При этом наибольшее число пользователей интернета зарегистрировано в Китае. Хотя производство и потребление информации в цифровой экономике мало влияет на численность пользователей цифровых технологий, тем не менее, формирует более значимую зависимость – влияет на численность пользователей «своей информации», «своего знания». Возникает разрыв не только в количестве освоенных знаний – прогресс распространения знания, но

и разрыв в интерпретации знаний, объективирующих реальность пользователей и массово навязывающих «свою» модель бытия.

Что касается возможностей, то в условиях технически и экономически обеспеченного доступа к цифровым технологиям возникают иерархические, субсидиарные, вероятностные ограничения: возможности доступа к электронному правительству компаний и граждан не равны; граждане пользуются сервисами государственных органов онлайн, в основном, для получения информации, а не для ведения дел с ними; вероятность использования электронных сервисов гражданами с наивысшим уровнем дохода и с наивысшей обеспеченностью соединениями в 45 раз выше, чем гражданами с самым низким уровнем дохода и с самой низкой обеспеченностью соединениями [9]. Кроме того, возможности использования сервисов электронного правительства коррелируют с такими факторами, как уровень образования, занятость, проживание в городе, мужской пол и доступ к широкополосной связи.

Обозначенные неравенства, спровоцированные цифровизацией экономики, создают почву для новых рисков.

От проникновения Цифры в Бизнес в экономике наблюдаются следующие перемены:

- разрушение традиционных отраслей, исчезновение привычных продуктов;
- крушение и ликвидация крупных бизнес-систем, разрыв связей;
- меняются потребительские предпочтения и способы их группирования;
- качество и стоимость услуг теряют сонаправленность (качество выше, стоимость ниже);
- регуляторы, призванные снижать негативные последствия рынка для социальных систем, сталкиваются с ещё большими противоречиями в поиске равновесия между коллективными действиями и расширением прав и возможностей политических элит.

Обозначенные предпосылки: неизбежность и реальность цифровой трансформации, революционный характер перемен, множественность разрывов между опытом текущего момента и традиционно воспринимаемой реальностью бытия, в том числе, развитием экономики и рыночных отношений, развитием институтов и социальных отношений, - обусловили появление новых феноменов в жизни людей.

Феномен №1 Бизнес-экосистема

Формирование экосистем в бизнесе – это (1) процесс, традиционно ориентированный на минимизацию затрат при создании новых идей и продуктов, востребованных рынком; (2) стратегическая коммуникативная сверхзадача в достижении успеха предприятия. Не в каждой экосистеме предприятие может позиционировать себя в качестве инновационного агента, но оно вправе выбрать экосистему, в которой сможет максимально раскрыть свой потенциал.

В современной литературе выделяют **пять типов бизнес-экосистем** (пять стратегий построения экосистем), в которых «живут компании» [6]. Экосистемы становятся средой развития новых бизнес-моделей и важным элементом бизнес- стратегии большинства организаций (таблица 1).

В Цифровом Мире каждое предприятие является агентом Цифровой Экосистемы. Но не каждое предприятие формирует свою собственную экосистему. Возраст, цели, стратегии, масштаб, уровень организационного развития в предприятии, специализация являются факторами влияния на позицию агента в системе отношений: центр или периферия; ключевая компетенция или обеспечивающая; автономное производство или распределённое среди партнёров. Отбор, проникновение, выживание – это критичные этапы жизни современного предприятия, пережить которые удаётся незначительному числу экономических агентов.

Ориентированная на бизнес гипотеза заключается в том, что комплементарная открытая среда (взаимодополняющая) может быть более эффективной в инновационной экономике, чем закрытая: продуктивность стартапов и их

Таблица 1.

Экосистемы становятся средой развития новых бизнес-моделей и важным элементом бизнес- стратегии большинства организаций

Предпосылки	Организационная стратегия	Тип экосистемы	Модели экосистемы
Наличие такой программной платформы, которая служит основой для взаимодействия между всеми участниками.	Разработка новых продуктов и услуг основана на комбинации все большего числа технологий и инноваций. Каждый тип участников формирует свою экосистему: -экосистема собственника платформы; -экосистема разработчиков; -экосистема клиентов	Экосистема Платформ	Индустриальный Интернет (Uber, Airbnb) Успех такой бизнес-модели зависит от роста числа сервисов и услуг (Offerings), которые предлагаются платформой. Чем больше появляется сервисов, которыми начинают пользоваться клиенты, тем более зависимыми от Платформы они становятся и им все сложнее переключаться на другие услуги вне платформы. (Apple, Google, Facebook, Dropbox)
Решение сложных проблем стимулирует сотрудничество. Ускоряющийся мир технологий не дает компаниям шансов успевать разрабатывать продукты и услуги, опираясь только на знания внутри компании.	Развитие Интернета Вещей делает доступным физический мир: ускорение разработки новых продуктов и услуг; сокращение времени вывода на рынок новых продуктов и услуг; увеличение числа успешных новых продуктов и услуг; сокращение затрат на исследования	Экосистема Инноваций	Варианты сотрудничества в рамках концепции «Открытые Инновации» (Open innovation). Инновационные идеи развиваются не внутри организации, а заимствуются на комплементарной основе или ресурсном подходе извне (инновационный леверидж). Биржи инноваций Краудсорсинг Совместные инновации

			(P&G Connect and Develop, Kraft Foods, GE Open Innovation, Samsung, Riversimple).
Развитие социальных сетей и мобильного интернета привело к появлению множества сообществ по интересам, группы от единиц до миллионов участников.	Организации фокусируются на своих ключевых компетенциях, с целью продвижения своих продуктов и сервисов; сообщества могут служить инструментом развития инноваций, так как являются прямым каналом для получения обратной связи от потребителей и источником пожеланий по улучшению клиентского опыта.	Экосистема Интересов	Reddit - социальный новостной сайт, на котором зарегистрированные пользователи могут размещать ссылки на какую-либо понравившуюся информацию в интернете. Renren Network, ранее известный как Xiaonei Network — китайская социальная сеть с интерфейсом, аналогичным Facebook. Edmodo – коммуникативная платформа (образовательный сайт): всё, что нужно преподавателям для эффективных коммуникаций со студентами, родителями, сослуживцами. Cyworld - южнокорейская социальная сеть.
Главная задача ЦП - оптимизация взаимоотношений между участниками цепи, а не оптимизация всей экосистемы в целом. Такая экосистема медленно реагирует на изменения и подрывные инновации.	Рост числа платформенных бизнес-моделей и «Всё-as-a-Service» стимулируют партнерство между компаниями	Экосистема Коммерции	Цепочка поставок IT как брокер услуг

<p>Экосистема вещей (устройств) существует как часть операционного управления инженерными системами. Снижение стоимости на коммуникативные устройства, развитие интернета, мобильные технологии, Интернет Вещей (IoT) дают компаниям почву для размышлений о новых бизнес-моделях и повышении эффективности бизнеса.</p>	<p>Развитие экономики Алгоритмов порождает новые бизнес-модели сотрудничества. Стоимость датчиков, сенсоров, подключенных к интернету сегодня ничтожно мала, что снимает барьеры к их широкому распространению. Большие Данные и Аналитика смогут показать свой потенциал за счет огромных массивов информации от «вещей».</p>	<p>Экосистема Вещей</p>	<p>Появление новых бизнес-моделей за счет доступа в реальном времени к информации об использовании продуктов и услуг (например, стоимость страховки в зависимости от стиля вождения). Индустриальный интернет, логистические цепочки поставок, здравоохранение</p>
--	--	--------------------------------	---

живучесть в рамках искусственно сформированной экосистемы будет выше, чем в обычной конкурентной ситуации.

Интересной иллюстрацией гипотезы может служить проект, инициированный в шведском технопарке Kista Science City. Идея проекта заключается в наблюдении за результатами развития научной среды, генерирующей стартапы в условиях организационно поддерживаемого гомеостаза – устойчивого комфортного бытия. В качестве сравнительной альтернативы принята установка о том, что разные бизнес-системы будут стремиться к скоординированным действиям в ответ на изменения окружающего мира, взаимно дополняя друг друга и поддерживая общее динамическое развитие. С этой целью произвели подбор нескольких стартапов и поместили их в «органическое царство», сохраняющее постоянство внутренней среды. Другими словами, осуществлена попытка сделать то, к чему стремятся многие технополисы, но никогда не доводят дело до конца: конкурирующие, но все же очень близкие по профилю организмы будут предельно открыты друг другу и доступны. В постоянном режиме участники проекта будут обмениваться друг с другом всей возможной информацией, технологиями, ноу-хау, финансовой отчетностью. Все стартапы подобраны таким образом, чтобы они были прямыми конкурентами – параллельно разрабатывали одинаковые сервисы для похожих аудиторий. Оценить продуктивность стартапов и открытой среды искусственно сформированной экосистемы знаний можно будет на каком-то историческом отрезке. Сейчас же можно сказать, что Kista Science City - это крупнейший в Европе инновационный кластер, который работает уже 30 лет и играет решающую роль в идентичности, традициях исследований в области электроники. Третий по величине кластер ИКТ в мире является примером сотрудничества между государственным сектором, деловым сообществом и научными кругами. Такая модель сотрудничества получила название «структура тройной спирали», в научной литературе часто упоминается как модель Киста [3].

Экосистемы становятся средой развития новых бизнес-моделей и важным элементом бизнес- стратегии большинства организаций. «Экосистемная стратегия» заключается в подготовке будущего организации не в одной экосистеме, но во многих.

Институциональный потенциал экосистемы - новой организационной формы

Работа по созданию своей экосистемы приводит к бизнес-модели, поражающей своими возможностями в масштабировании и рекордах продаж. Предприятия не просто создают новые продукты и услуги. Они формируют новые цифровые отрасли [6].

Безусловно, цифровая экономика, построенная на экосистемах бизнеса, требует и новых регулятивных правил, технологических стандартов, этических норм, правительственных мандатов. Важно, чтобы новые «правила игры» позволили агентам рыночных отношений реализовать свои цифровые амбиции. Для этого хозяйствующим субъектам надо взять на себя руководящую роль. Те предприятия, которые проявят инициативу, имеют шанс стать центром своей экосистемы или быть рядом с новой экосистемой.

Другими словами, речь идёт о стратегической перемене в предпринимательстве - о переходе от предпринимательства в продуктах и услугах к формированию рынка и ориентиров для него в этических стандартах, оценке передовой практики в отрасли и за её пределами. Инициативные агенты, определяя новые правила игры, могут создавать для себя лучшие перспективы. Большая ответственность открывает новые возможности.

Роль инициатора и руководителя новых цифровых производств потребует исполнения и новых корпоративных обязанностей – обязанностей перед обществом и другими участниками экосистемы.

Лидерская позиция позволяет устанавливать правила для новых претендентов в отраслях и экосистемах. Демонстрация лидерства в обозначенном

пространстве среди клиентов, партнёров, внешних агентов даёт организации больше свободы и возможностей для инноваций.

Взаимодействие с другими участниками экосистемы предполагает сотрудничество, обучение, субъект-объектные отношения с существующими финансовыми регуляторами, отраслевыми органами по стандартизации, что усиливает ответственность лидера за результат.

Институциональное значение бизнес-экосистемы заключается в обеспечении рациональной сетевой координации агентов и их связей в однородной среде, лишённой барьеров настолько, насколько это возможно, и максимизации продуктивности и полезности инфраструктуры в целом.

Совместимость и комплементарность продуктов, выпускаемых в бизнес-экосистеме, соответствие характеристик и свойств продуктов запросам конкретных социальных групп, межотраслевое стирание границ в использовании продуктов – это те конкурентные преимущества, которые обеспечивают конкурентоспособность экосистемы.

Очевидно, что интегрированное в экосистему хозяйственное пространство, обслуживаемое единой платформой на едином программном обеспечении само, становится товаром.

Экосистема интегрирует целые семейства изделий, приложений, услуг, аксессуаров. Это пользовательский опыт, это привычки. В экосистеме все настолько связаны между собой, настолько плотно переплетены, что просто перейти из одной экосистемы в другую представляется делом не простым. И чем дольше агенты функционируют внутри своей экосистемы, тем сложнее им эту экосистему покинуть – тем больше потери и затраты переключения на новые взаимодействия. Для бизнеса экосистема – это налаженная среда взаимодействия – отношений и связей – удобство, снижение транзакционных издержек, предсказуемость, точность прогнозов и планов, способ защиты прав и сохранение безопасности данных (рисунок 2). Для потребителя экосистема является замкнутой цепочкой востребованных товаров, в том числе услуг, одной марки.



Рисунок 2. Схема создания бизнес-экосистемы на примере компании NATURBOOK

Учитывая интеграционный потенциал IT платформ, на которых базируются экосистемы, пользователи получают дополнительные сильные мотиваторы лояльности, а именно свободную передачу между гаджетами контента и различных данных, синхронизацию работы сервисов, резервное копирование, мгновенную раздачу данных другим подключенным девайсам, единый доступ со всех устройств к документам, контактам, фотопотоку, напоминаниям, что значительно упрощает жизнь, обеспечивает быструю и удобную работу.

Феномен №2 Аналоговое дополнение (институт развития)

Институциональное регулирование экономики в условиях цифровой трансформации целесообразно по нескольким причинам.

- Велики цифровые разрывы и конфликтны их последствия.
- Практики рыночной экономики перечёркивают достоинства Интернета - открытой и доступной информационной среды.
- Быстрая автоматизация труда провоцирует рост безработицы и невостребованность человеческого капитала.

- Неудача инициатив в области электронного правительства свидетельствует о риске использования цифровых технологий для контроля над гражданами, а не для расширения их прав и возможностей.
- Сохранение свойств Интернета как открытой и безопасной среды становится проблемным из-за киберпреступности, нарушений конфиденциальности данных, снижения ответственности из-за анонимности и «бескровности» взаимодействий, фильтрации и цензуры в сети.
- Мероприятия, связанные с ограничением доступа к информационному ресурсу, не бесплатны.

Меры институционального регулирования цифровой трансформации получили название «аналоговых дополнений» цифровой экономики.

«Аналоговые дополнения» призваны снизить отрицательный эффект от нечёткости регулирования деловой среды, меняющейся под воздействием интервенции цифровых предприятий (рисунок 3). Потрясения, которые испытывают традиционные предприятия от взаимодействия с Интернет – компаниями зачастую носят разрушительный характер, а регуляторные органы не понимают, каким образом им следует реагировать. С одной стороны, скорость внедрения цифровых технологий может зависеть от особенностей отрасли, доходов и уровня организационного развития предприятия, с другой – может быть обусловлена барьерами, препятствующими проникновению цифры в аналоговую экономику: высокие пошлины на импорт цифровых товаров и услуг, защитные меры, поддерживающие доходы традиционных монополий на уровне, запретительном для новых компаний, склонных к инновациям, тормозят развитие ИКТ сектора. Когда Интернет-компании начинают работать в сферах «традиционных» предприятий, то происходит стремительное обрушение цепочки посредников, глобальное воспроизводство и масштабирование бизнеса (Uber, Airbnb). Регуляторные органы оказываются в ситуации выбора между соблюдением ранее принятых отраслевых правил, например,

требования страхования безопасности, и выгодами потребителей от снижения цен и повышения степени комфорта.

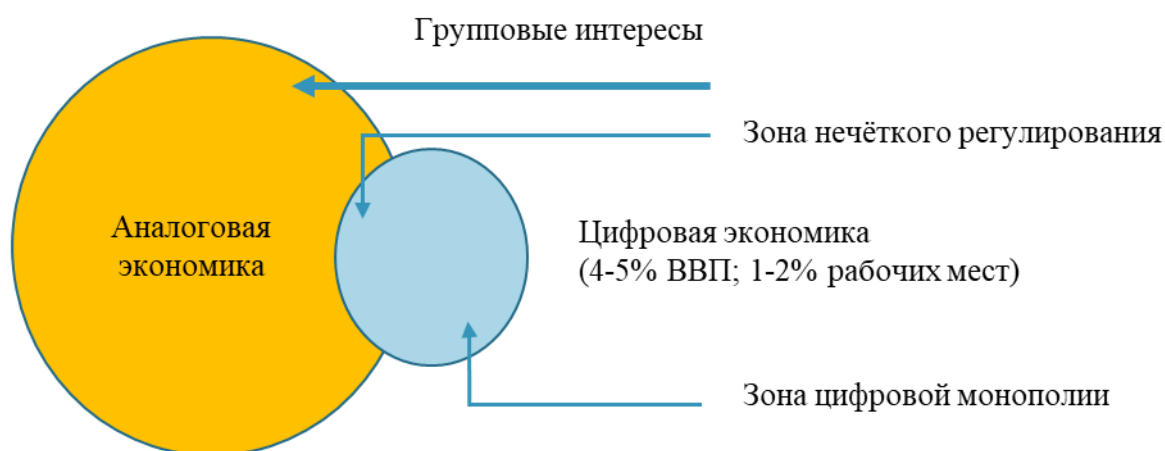


Рисунок 3. Цифровая экономика представляет собой зону нечёткого регулирования и цифровой монополии (ограниченность конкуренции между цифровыми платформами несёт в себе риски опасной концентрации)

[из Доклада о мировом развитии Группы Всемирного Банка, 2016
<https://openknowledge.worldbank.org> (дата обращения 11.06.2017)]

Высокие риски для общества несут компании, доминирующие на рынке глобальных онлайн платформ (Google, Amazon), так как Интернет-экономика создает благоприятные условия для их естественных монополий: прибыли онлайн платформ настолько велики, что они легко завоёвывают новые рынки, перекупают конкурирующие компании, используют запретительные методы при размещении рекламы, лоббируют преференциальные режимы для своих продуктов. Новым региональным компаниям для работы остаются лишь небольшие нишевые рынки. Для регуляторных органов разработка требований осложнена необходимостью оценки желаемых обществом преимуществ: выгоды потребителей от высочайшего динамизма Интернет- бизнес-моделей и высоких темпов технического прогресса, и как следствие - смягчение первоначальных затрат инновационных предприятий, расширяющих масштабы своей деятельности или начинающих первыми работать в той или иной сфере, чьи преимущества краткосрочны, или поддержка более крупных

зрелых предприятий, обладающих ресурсом предоставлять продукты и услуги по конкурентно низким ценам, а высокую прибыль от масштаба деятельности направлять на финансирование научных исследований и разработок (НИОКР). Общественные риски возникают и в отношении огромных массивов информации, которую собирают цифровые предприятия для повышения эффективности и точности предоставления услуг. Доступность данных для идентификации персональной информации⁴ разрушает институт неприкосновенности частной жизни. Мало кто знает, каким образом большие массивы данных собираются и используются, и кто их контролирует. Регулирование отношений, связанных с продажей данных, выборкой и сортировкой собираемой информации, её хранением, интерпретацией «легкодоступных данных» (например, лайков в Facebook) также затруднено противоречием: с одной стороны, очевидная угроза киберпреступности и необходимость тщательного комплексного мониторинга данных, с другой – дискриминация пользователя по его персональному признаку⁵. Например, дискриминация по доходу, когда с клиентов взимают более высокие страховые взносы или процентные ставки, либо по компрометирующей устаревшей или ошибочной информации, когда гражданам отказывают в приёме на работу. Такие обстоятельства, как хранение устаревшей информации, не позволяющее защититься от щекотливой, хотя и не имеющей отношения к делу информации, или возможность «получить еще один шанс», стали побудительным мотивом к принятию в Европе нормы о «праве на забвение». И, возможно, стратегически самое главное обстоятельство, требующее

⁴ Компании по страхованию здоровья и автомобилей могут точнее определять размер страховых взносов, опираясь на поддающуюся проверке информацию о занятиях спортом или стиле вождения [9].

⁵ В пресс-релизе «По постам в Facebook можно определить зависимость от алкоголя», 2017 г. А. Самулкина рассказывает о возможностях изучения и использования поведения пользователей в социальных сетях, на основе открытых данных, собранных приложением MyPersonality. Ученые из Мэрилэндского университета и Медико-технологического исследовательского института Вирджинии разработали технологию, которая позволяет определить степень зависимости человека от алкоголя, табака и наркотиков только по его постам и лайкам в Facebook. Выявив людей, которым может потребоваться помощь в борьбе с различными зависимостями, компания Cambridge Analytica, согласно расследованию издания Motherboard, могла использовать их для проведения предвыборной кампании президента США Дональда Трампа, а также для влияния на исход референдума, приведшего к выходу Великобритании из ЕС (примеч. автора).

регуляторного влияния – это укрепление доверия к глобальному информационному ресурсу. Сегодня мы наблюдаем снижение доверия⁶ пользователя к Интернету. Соответственно, пользование информационным ресурсом на современном этапе не удовлетворяет условию оптимальности. Одним из способов обеспечения экономического роста в интересах всех слоев населения на основе возможностей, открываемых Интернетом, не допуская при этом долгосрочных потрясений, состоит в повышении эффективности «аналоговых дополнений» к цифровым инвестициям (таблица 2).

Таблица 2.

«Аналоговые дополнения» к цифровизации экономики

Востребованные в цифровой экономике институции	Институциональные механизмы финансирования	Открытая экосистема инноваций	Диффузия экосистем инноваций, знаний, бизнеса, государства
Нормативно-правовая база, позволяющая предприятиям использовать возможности Интернета для конкуренции и инноваций, регулирование конкуренции	Рыночная конкуренция и государственно-частное партнёрство (ГЧП)	Технохабы и Хакспейсы Новые технологии Конкуренция платформ	Исчезновение видов работ и сокращение рабочих мест вследствие технического прогресса представляет собой неотъемлемую часть прогресса Пересмотр систем социальной защиты
Совершенствование пользовательских навыков в сфере цифровых технологий	Стимулирование частных инвестиций	Организационная интеграция множества заинтересованных сторон Всемирное сотрудничество	Повышение качества и актуальности образования, профессиональной подготовки
Запуск инициатив, способных укрепить	Государственные инвестиции под высокую социальную	Информированность и инвестиции	Преодоление разрыва между изменяющимися

⁶ В разных странах степень озабоченности вопросами доверия Интернет-ресурсом разная. 58% нигерийцев и 57% индийцев уверены, что персональные данные в Интернете защищены надежно, но с этим согласны лишь 18% респондентов во Франции и 16% в Германии [10].

<p>транспарентность и подотчетность правительств</p>	<p>отдачу, венчурный капитал (ВК) для многообещающих стартапов, льготное кредитование проектов в жизнеобеспечивающих сферах</p>		<p>технологиями и остающимися неизменными институтами, призванными оперативно реагировать на требования и нужды граждан: поиск равновесия между коллективными действиями и расширением прав и возможностей политических элит.</p>
--	---	--	---

Политико-экономические цели институционального регулирования в концепции жизненного цикла цифровой экономики (ЦЭ) соответствуют трём этапам развития: (1) зарождению ЦЭ; (2) переходу к ЦЭ; (3) преобразованию экономики в цифровую. В докладе Группы Всемирного Банка о мировом развитии (2016) отмечено, что начальный этап использования Интернета в жизни общества характеризуют три ключевые цели:

- развитие деловой среды, способствующей использованию Интернета для конкуренции и внедрения инноваций в интересах потребителей;
- профессиональное обучение навыкам использования достижений ИКТ в трудовой, научной, административной, бытовой деятельности, подготовка к профессиональной карьере, а не к конкретной специальности;
- внедрение культуры подотчётности на всех уровнях субъект-объектных отношений, использование Интернета для расширения прав и возможностей граждан на коллективной платформе и предоставления услуг.

На этапе продвинутых цифровых преобразований перед обществом стоят задачи: регулирования и правового обеспечения конкуренции, упрощения порядка создания и ликвидации фирм, усиления внимания к когнитивным и социально-эмоциональным навыкам, вовлечения граждан в процессы

управления посредством услуг электронного правительства. Целевыми ориентирами становятся:

- поиск путей содействия конкуренции в условиях «цифровой экономики»;
- реагирование на изменение характера труда и обучение на протяжении всей жизни;
- использование открытой информационной среды Интернета для осуществления государственных функций и для принятия политических решений при активном участии общественности.

Преобразование экономики в цифровую требует активного использования существующих институтов развития – «аналоговых дополнений» и создания регуляторов «неизведанного». Переход от Интернет- к Блокчейн- технологии, которую можно использовать не только для осуществления платежей, но и для движения любых активов, в очередной раз может изменить мир.

Феномен №3 Социальный конструкт ценности – впечатление от соучастия

Социальный конструкт является идеей, которая воспринимается как естественная и очевидная теми, кто принимает её, при этом она остаётся изобретением или искусственно созданным культурным артефактом, принадлежащим определённой культуре или общности. Подразумевается, что человек проявляет избирательность по отношению к социальным конструктам, принимая одни, и отвергая другие. Термин обозначает модель объяснения мира, некий оценочный шаблон, созданный индивидом, через который он «понимает» мир. «Формы понимания мира» впоследствии выступают в качестве конструирующего элемента.

Социальные конструкты не являются законами, ни законами природы, ни ниспосланными свыше. Тем не менее, такой подход не нарушает упорядоченность сложившейся социальной реальности. И что для нас особенно важно, позволяет интегрировать новые феномены в традиции и ценности повседневной жизни.

Ценность – как институция и фактор влияния на институциональное регулирование

Доминирующее значение в структурном взаимодействии общества (например, во взаимодействии рынка и государства) имеют вертикальные связи от ценностей последовательно к политическим, правовым, экономическим институтам. **Ценностные ориентации** определяют структуру компонентов общественного устройства и влияют на содержание руководящих принципов поведения людей в ситуациях определённого рода. Нормы и правила поведения отражают социальные ценности. О системе ценностей можно судить по нормам, сложившимся в обществе. Типология ценностей может включать культурные ценности, ценности цивилизации, нравственные ценности, моральные ценности, идеологические ценности, научные ценности, ценность жизни, семейные ценности, ценности православия и др. К ценностям можно отнести здоровье, счастье, стабильность, материальное благополучие, свежий воздух и чистую воду. Хозяйственную деятельность, труд и продукт труда характеризуют экономические ценности – богатство, благополучие, занятость, краткосрочная прибыль, долгосрочное сотрудничество и другие. У различных людей проявляются различные приоритеты ценностей. Именно субъективная интерпретация ценности в контекстах: (1) полезности - способности удовлетворять потребности; (2) меновой стоимости – способности к эквивалентному обмену; (3) количества экономических благ - пропорционального использования ресурса и насыщения спроса; (4) добавленной стоимости – создания и накопления «богатства» - создаёт предпосылки для поиска и обоснования новых теорий в экономике – сырьевой экономики, товарной экономики, экономики услуг, экономики впечатлений, экономики трансформаций. Когда механизм, связывающий традиционную модель бизнеса и структуру приоритетов потребителей, устаревает или ломается, начинается миграция ценности [7]. Ценность начинает мигрировать (перетекать) от устаревших моделей бизнеса к новым, которые способны

лучше удовлетворить наиболее актуальные потребности клиентов и при этом учитывать интересы акционеров.

Обусловленная перетеканием добавленной стоимости из сырьевой экономики в производство готовых товаров, а оттуда - в производство услуг, миграция ценности вновь повторяется – и речь идёт об экономике впечатлений [5]. Ценность, как предмет предпринимательства, перетекает в сферу эмоций, ментальной и психической жизни, запоминания и переживания некоего опыта, который и становится для предпринимателя офертой, а для потребителя – потребностью, за которую он готов платить.

Основными агентами экономики впечатлений являются регуляторы рынка – институты развития, цепи поставок, бизнес-экосистемы, включающие и конечных потребителей. Какие ценности разделяют потребители, поставщики, регуляторы? Приоритеты в структуре ценностей конструируют общественно принимаемый и признаваемый (соблюдаемый) социальный конструкт – особое отношение к потребностям, который и будет определять выбор потребителя, предложение бизнеса, качество институциональной среды, в которой функционируют агенты рынка. Ценность для потребителя проявится в способе поставки, в эмоциях и впечатлениях во время потребления. Ценность для поставщика откроется в дополнительных возможностях развития бизнеса и продукта за счёт сотворчества с клиентами, создания групп людей по интересам и квалификациям. Ценность эмоций, впечатлений, предложения, контекста, опыта, соучастия, сопричастности, персональной интерпретации, сотворчества, сплочённости, социального капитала, конструирования социальной перспективы, капитала воспоминаний - можно рассматривать в качестве элементов, составляющих ценность добавленной стоимости экономики впечатлений. В цепочке «сырьё — товар — услуга — впечатление» доля добавленной стоимости растёт на каждом переходе, и основная доля ценности для потребителя и стоимости для бизнеса приходится именно на впечатление. Поэтому вполне правомерно говорить об экономике впечатлений как о феномене, коррелирующим в настоящий момент с

феноменом цифровой трансформации. «Впечатления – это четвертое экономическое предложение, которое так же разительно отличается от услуг, как услуги от товаров» [2]. И, очевидно, что пятым экономическим предложением становится цифровой маркетплейс – электронная торговая площадка, которая предлагает персонализированные услуги и пестрит легендами своих товаров: «Яркие эмоции можно извлечь из памяти и снова пережить незабываемые моменты счастья», «Праздник - это то, что внутри, а не снаружи», «Впечатлениям невозможно найти денежный эквивалент», «Эмоция в подарок» и другие. Однако, готовит очередную миграцию ценности в интегрированные комплементарные платформы, вокруг которых комплектуются бизнес-экосистемы. Валентин Катасонов, российский учёный-экономист, д.э.н. (МГИМО) отмечает, что «...основные дивиденды от цифровой экономики получает не общество, а IT компании. Прежде всего, американские IT компании. По данным ВБ, 8 из 14 крупнейших в мире высокотехнологичных компаний находятся в США. А вклад цифровой экономики в ВВП США, оцененный в 7% ВВП, - совокупная капитализация раскрученных гигантов сектора ИКТ» [4]. Ценность для потребителя в удобстве и скорости всей цепочки «сырье — товар — услуга — впечатление»; бизнес, создающий эти удобства, получает ценность в виде доли глобального рынка. Вот они, эти желанные дивиденды глобальной конкурентоспособности – получать доход со всех участников цепочки «сырье — товар — услуга — впечатление» за интеграцию!

Заключение

Диффузия технологий и трансформация экономики определили следующие наблюдения:

- самыми успешными стратегиями предприятий признаны клиентоориентированные, в логике связей и отношений «доминирует сервис»;
- экосистема признана самым эффективным организационным механизмом, реализующим клиентоориентированные стратегии на базе

единой операционной платформы, позволяющей в реальном времени коммуницировать всем агентам взаимодействий;

- все процессы в экосистеме подчинены требованиям клиентов и косвенно зависят от факторов, определяющих потенциальный выбор клиентов и их поведение (социально-демографических и персональных характеристик [пол, возраст] и статусов [образование, доход] членов и групп общества, национальных особенностей, ментальной склонности [мотивация, доверие], инструментальной, информационной, стратегической компетенций [владение литературным и технологическим языками, частота и интенсивность использования информационно-коммуникативных технологий (ИКТ) в жизнедеятельности], PEST – состояния среды, уровня регулирования, ограничений, цензуры);
- взаимодействие экосистем создаёт новые рынки и новые отрасли, устанавливает новые стандарты: от технических требований к режимам работы и этапам производственных процессов, этических норм, государственных программ до моделирования оригинальных бизнес-экосистем в цифровой экономике – «неизведанное» - тренд технологической эволюции 2017;
- различные типы экосистем формируют различные правила игры;
- механизм государственного регулирования является причиной, в том числе, и цифрового разрыва;
- цифровой разрыв в квалификации пользователей ИКТ усиливает социальное неравенство;
- цифровой разрыв между агентами экосистемы приводит к асимметрии развития глобальной экономической (туристской) системы, межрегиональных отношений и снижает уровень координации в локальной туристской индустрии;
- территории с низким уровнем цифровизации в большей степени зависят от посредников для продвижения своих предложений на рынке, которые

предъявляют неблагоприятные коммерческие условия и завышенные комиссии, что приводит к неравномерному распределению богатств, созданных за счёт туризма;

- создание регуляторной среды для получения дивидендов⁷ от цифровой трансформации экономики является приоритетной задачей институтов развития;
- в технологическом тренде «неизведанное» свод правил ещё должен быть определён, а потому хозяйствующие агенты, имеющие амбиции в цифровой экономике, могут взять на себя роль лидера и участвовать в формировании новых «правил игры», обеспечивая себе центральную позицию в новой экосистеме;
- центральная позиция агента в бизнес- экосистеме открывает иные горизонты ведения бизнеса и продаж.

Библиографический список

1. Амбидекстрия / Википедия // URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Амбидекстрия> (дата обращения 09.06.2017)
2. Б. Джозеф Пайн II, Джеймс Х. Гилмор Экономика впечатлений. Работа - это театр, а каждый бизнес – сцена. / Перевод Н. Ливинской / М: Издательство Вильямс, 2005. – 304 с.
3. Как Kista Science City стал одним из ведущих кластеров ИКТ в мире. 2016 / Kista Science City / URL: <http://www.kista.com/about/kista.com/about> / (дата обращения 04.06.2017)
4. Катасонов В. Ю. Цифровая экономика – светлое будущее человечества или биржевой пузырь? / Фонд стратегической культуры // URL:

⁷ Что представляют собой цифровые дивиденды? Экономический рост, рабочие места и качественные услуги – это сферы, в которых инвестиции в цифровые технологии дают особенно весомую отдачу. Цифровые технологии помогают компаниям повышать производительность, людям – находить работу и расширять персональные возможности, а правительствам – оказывать своим гражданам более качественные государственные услуги. Благодаря сокращению информационных затрат цифровые технологии значительно снижают стоимость экономических и социальных транзакций для фирм, физических лиц и государственного сектора. Они способствуют инновациям, при которых транзакционные издержки становятся практически нулевыми. Они резко повышают эффективность: существующие виды деятельности и услуги становятся дешевле, быстрее или удобнее. И, наконец, они способствуют интеграции: люди получают доступ к ранее недоступным им услугам [9].

- <https://www.fondsk.ru/news/2017/01/08/cifrovaja-ekonomika> (дата обращения 27.04.2017)
5. Пекар В. Экономика впечатлений. Журнал «Маркетинг и реклама», 2008. / Персональный сайт // URL: <http://pekar.in.ua/ExperienceEconomics.htm> (дата обращения 06.03.2017)
 6. Реймер Д. Цифровая трансформация 2016 / World Business Channel / Цифровая трансформация и инновационное лидерство // URL: <http://denreymer.com/digital-transformation-2016> (дата обращения 19.05.2017)
 7. Сливотски А. Миграция ценности. Что будет с вашим бизнесом послезавтра? / Перевод А. Шапошниковой. / М: Издательство «Манн, Иванов и Фербер», 2006. - 432 с.
 8. Харари Ю. Н. «Homo Deus: краткая история завтрашнего дня». Издательство «Harvill Secker», 2015. – 448 с.
 9. Цифровые дивиденды. Доклад о мировом развитии, 2016 / Один из основных докладов Группы Всемирного Банка // URL: <http://https://openknowledge.worldbank.org> (дата обращения 11.06.2017)
 10. CIGI and Ipsos 2014 Global Survey on Internet Security and Trust / Глобальное исследование «Безопасность и доверие в интернете» / Блог о свободном интернете // URL: <http://www.lawtrend.org/information-access/globalnoe-issledovanie-bezopasnost-i-doverie-v-internete>(дата обращения 20.05.2017)