

ОПЫТ США И КНР В ЦИФРОВИЗАЦИИ И ПЛАТФОРМИЗАЦИИ МИРОВЫХ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ

Энгель О.О.

*Научный руководитель: Клочкова О.В., к.э.н., доцент,
заместитель декана по ЗФО*

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»

Аннотация. Значение цифровых процессов в модернизации мировых экономических отношений постоянно растет. На сегодняшний день цифровая экономика затрагивает не только технологический сектор и цифровые фирмы, а и другие сектора экономики. Ключевым инструментом цифровой трансформации являются платформенные компании. За относительно короткое время они могут достигать значительной рыночной власти, становясь монополистами в различных секторах экономики с частичным или полным замещением традиционных рыночных игроков. Большинство платформенных компаний базируется в США и Китае. Именно платформы США и КНР на данном этапе развития экономических бизнес-процессов являются мировыми лидерами как на отдельных рынках компонентов цифровой экономики, так и на глобальном цифровом рынке в целом.

Ключевые слова: цифровая экономика, дигитализация, цифровые платформы, КНР, США.

Масштаб внедрения цифровой экономики в США и Китае имеет беспрецедентный характер. Доля соответствующих секторов в ВВП обеих стран в 1,5-2 раза выше среднемировых значений [1]:

- для США это около 6,9-8% в рамках «узкого» определения цифровой экономики и свыше 50-60% при использовании «широкой» трактовки;
- у Китая показатели ниже: 4-6% и 25-30% ВВП соответственно.

США и КНР доминируют и в глобальной цифровой экономике, где, по оценкам Конференции ООН по торговле и развитию (далее ЮНКТАД), их совокупная доля составляет около 40% или выше.

Обе страны сохраняют ведущие позиции в традиционных отраслях информационно-коммуникационных технологий (далее ИКТ) на глобальных рынках телекоммуникаций, электроники и программного обеспечения, крупнейшими остаются и их национальные рынки продукции и услуг ИКТ.

Аналогичная ситуация просматривается и в области важнейших технологических разработок в цифровой сфере, от искусственного интеллекта до блокчейн-решений, а также в сфере инновационного развития.

Важным показателем в последнем отношении является доминирование американских и китайских компаний среди стартапов-«единорогов» (большая их часть относится к интернет- или иным цифровым рынкам). По состоянию на август 2019 г. на долю двух стран приходилось 75% от общего числа «единорогов» и почти 80% от их суммарной стоимости [7].

Отдельно следует сказать об интернет-рынках, наиболее важных в контексте изучаемой проблематики. Здесь положение США и КНР можно описать как фактическую дуополию. Наиболее иллюстративна ситуация в сфере онлайн-торговли, которая в денежном выражении является одной из крупнейших частей цифровой экономики. Совокупная доля США и Китая в глобальной онлайн-торговле превышает 60% [4].

Мировое лидерство США и КНР проявляется и на новых емких интернет-рынках шеринга, облачных вычислений, цифровых финансовых технологий (далее финтех), социальных сетей и поисковых сервисов.

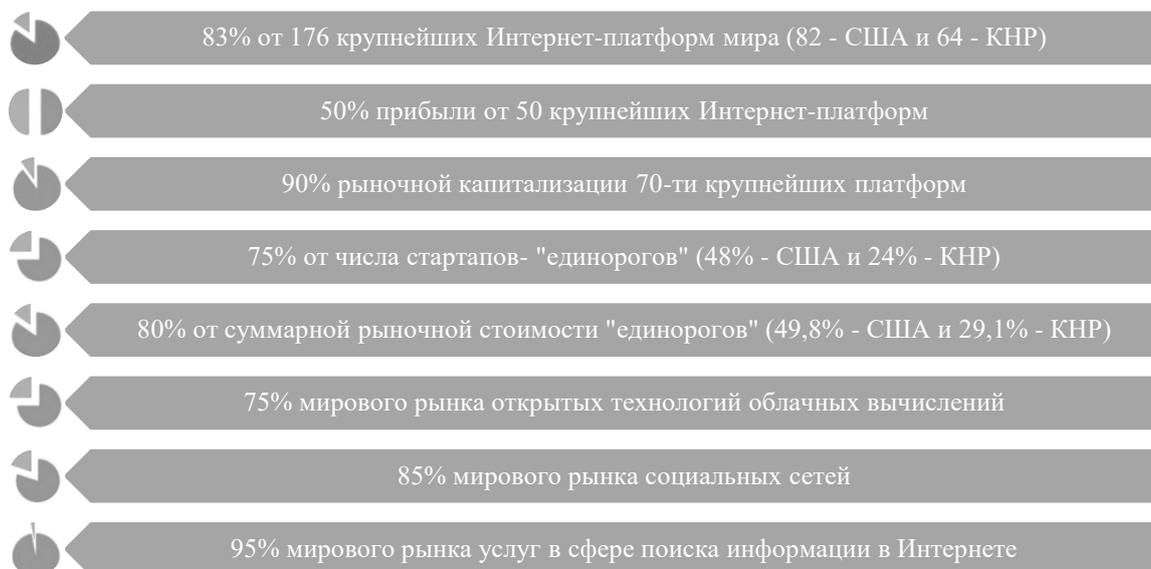


Рис. 1. Позиции США и КНР в мировой цифровой экономике [3]

Ситуация во многом обусловлена ведущей ролью небольшого числа крупных американских и китайских корпораций, особенно так называемых платформ.

Базовые причины развития и лидерства США и Китая в сфере цифровой экономики понятны. Помимо уже упомянутого размера ВВП и числа пользователей большую роль играют:

- растущие вложения обеих стран в исследования и разработки (далее ИР), инновации и кадры в цифровой сфере;
- динамизм сектора ИКТ;
- мощная интернет-инфраструктура.

Однако эти объяснения все равно оставляют за скобками массу вопросов относительно причин развития и специфики цифровой экономики в обеих странах. Дело в том, что экономические ситуации в США и КНР в период перехода цифровой экономики и интернет-рынков к быстрому росту (середина – вторая половина 2000-х гг.) слабо сопоставимы.

США – крупнейшая экономика мира, развитая страна с устойчивым спросом среднего класса на инновации. И тогда, и позднее США являлись генератором оригинальных инноваций с технологически продвинутым сектором высоких технологий (особенно ИКТ) и развитым сектором услуг, мощным интернет-сегментом.

Китай, напротив, в этот период представлял быстрорастущую развивающуюся экономику со многими присущими подобным государствам асимметриями развития. Это опора на заимствованные технологии и инновации при слабости национальных научно-технологических компетенций, низкий уровень доходов населения и ограниченный внутренний потребительский спрос. Специфична была и ситуация в сфере ИКТ: до середины – второй половины 2000-х гг. рост шел за счет выпуска персональных электронных систем с невысокой долей добавленной стоимости. Даже уровень развития интернет-инфраструктуры за пределами крупных агломераций был недостаточен, лишь несколько мощных госпрограмм в 2000-2010-е гг. изменили ситуацию.

Принципиально различна была и роль государства. В США в рассматриваемый период акцент делался, скорее, на формировании рамочного нормативно-правового поля развития цифровой экономики и вложения в научные исследования. В Китае же государство к концу 2000-х гг. перешло к более активному вмешательству в процесс развития нового сектора и рынков.

Анализ истории цифровой экономики США и Китая подтверждает существенное различие как базовых, так и специфических факторов её развития. Причем, как можно понять, эти отличия в определенном смысле являлись следствием более масштабных рыночных и экономических трендов и факторов.

По этим причинам на пути к цифровизации и платформизации бизнес-процессов Америка и Китай выбрали совершенно разные подходы [6]:

- эволюционный (США);
- революционный (КНР).

Для США становление цифровой экономики и ассоциированных рынков носило органичный и эволюционный характер. Прежде всего, многие американские платформы и иные цифровые компании развивают подходы, появившиеся еще во время интернет-революции 1990-х гг. И в этом смысле высокое значение цифрового развития США – страны-первопроходца новых технологий – понятны. Не менее важным для успеха было то, что новые технологии и решения нередко следуют давно сложившимся рыночным трендам и/или даже обслуживают конкретные, уже существующие рынки, реализуя традиционные услуги на принципиально новой технологической основе и с бизнес-моделями цифровой эпохи.

В последнем случае наиболее показательны кейсы платформ e-commerce и шеринга транспортных средств и жилых помещений. Хотя онлайн-торговля зародилась на базе продаж и обменов электронными файлами, в ее текущем виде она представляет собой технологически новое решение для давно существовавшей в США торговли по каталогам, в т. ч. почтовым. Продажи потребительских и бизнес-товаров и услуг по каталогам переживали в 1980-1990-е гг. настоящий бум, достигнув к 1995 г. 219,9 млрд. долл. [2]. Этот процесс сформировал условия последующего взлета e-commerce. По этой причине постепенное снижение торговли по каталогам коррелирует с быстрым ростом e-commerce, а в североамериканской системе классификации отраслей (NAICS) обе они объединены под одним кодом 454110.

Фактор преемственности актуален и для рынков краткосрочной аренды жилой недвижимости (сфера деятельности Airbnb) и шеринга транспортных средств (Uber и Lyft – служба попутчика) [5].

Факт наличия исторических аналогов услуг интернет-платформ никак не умаляет «подрывного» характера их деятельности, а равно и технологичности конкретных решений. Он лишь объясняет их появление в США и быстрое распространение на рынке.

Что касается по-настоящему новых рынков – таких, как веб-поиск, облачные услуги и пр., то можно утверждать, что они стали следующим шагом в удовлетворении уже существовавших явных или скрытых потребностей – хотя их конкретное выражение и параметры рынков определялись, безусловно, новыми технологическими возможностями. Ярким примером являются социальные сети, выросшие из неформального общения и социальных офлайн-сетевых связей, в т.ч. в университетских кампусах (Facebook) и в профессиональном сообществе (LinkedIn). Или интернет-поиск, давший новые возможности удовлетворения спроса на информацию, общение, рекламу и маркетинг и пр.

Не менее иллюстративен кейс финансовых (PayPal и пр.), в т. ч. блокчейн-технологий, которые опять же, будучи новым феноменом, полностью согласовывались с тенденциями развития финансового сектора.

Принципиально иная ситуация наблюдалась в КНР, где мощнейшим драйвером развития цифровой экономики выступали не столько сложившиеся рыночные тренды или сильные интернет-компетенции и технологии, сколько неоптимальность и «провалы» сектора услуг на фоне растущего платежеспособного спроса. Потребности бизнеса и индивидуальных потребителей в финансовых, деловых и профессиональных,

логистических, торговых услугах увеличивались – но развитие полноценного сектора услуг требовало времени и огромных затрат.

Приведем следующие примеры, вполне согласующиеся с официальной историей китайских компаний. Успех B2B-площадки Alibaba определялся тем, что он обеспечивал китайские производственные малые и средние предприятия широким ассортиментом бизнес-услуг – от логистики до микрокредитов, долгое время слабо доступных малому и среднему бизнесу КНР [5]. Взлет розничного онлайн-шопинга был связан с недостаточным развитием крупного сетевого ритейла. А бум мобильных платежей в системах WeChat Pay и AliPay, позднее потребительских микрокредитов, «цифровых» кредитных рейтингов и прочих услуг определялся небольшим (относительно рынка) распространением банковских кредитных карт, банковского потребительского кредитования и ассоциированных услуг (рис. 2).

Иными словами, в условиях начала-середины 2000-х гг. интернет-решения стали для КНР дешевым и быстрым способом решить существующие проблемы сектора услуг. Тем более, что бизнес-модели и решения не пришлось создавать с нуля: они были заимствованы у американских компаний, хотя и локализованы с учетом местной культурной и экономической специфики.

Важным фактором стало привлечение западного, прежде всего американского, венчурного капитала для развития цифровой экономики в КНР – включая сами ВАТ(Ж). Иностранные инвесторы, уже хорошо ориентирующиеся в цифровой экономике, отбирали более перспективные компании и приносили в них свои компетенции.

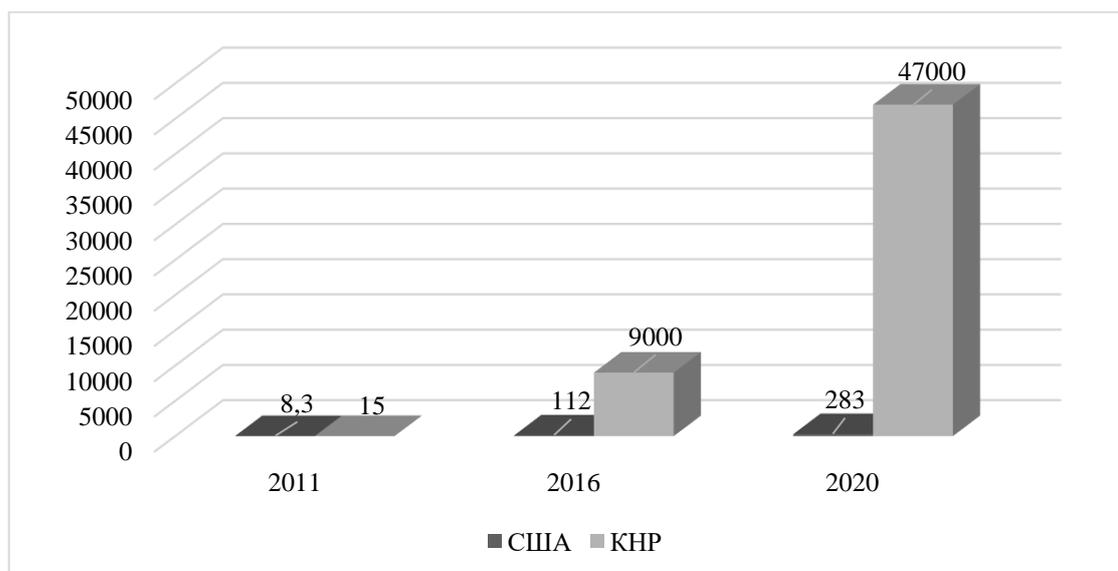


Рис. 2. Американский и китайский рынок мобильных платежей в 2011, 2016 и 2020 гг., млрд. долл. [3]

Что же до таргетированной господдержки сектора, включая протекционизм, то она была, конечно же, важным, но не исключительным фактором успеха. При этом наибольшую роль она сыграла на более позднем этапе. С одной стороны, она позволила китайским компаниям быстрее и полнее охватить емкий национальный рынок. С другой – благодаря мощной национальной поддержке ИР и инновационной инфраструктуры существенно ускорить и увеличить масштаб создания новых технологий и накопления компетенций, создав условия для «прорывного» развития.

Понимание «провалов» рынка как драйверов развития цифровой экономики КНР, помимо прочего, снимает целый ряд существующих логических противоречий,

связанных с асимметриями развития цифровой экономики США и Китая. Например, это касается огромного (до 11 раз и более) разрыва в объеме операций с мобильными платежами в пользу КНР. В США при наличии высокой культуры потребительского кредитования, широкого распространения банковских карт и терминалов их приема, чеков и т. д. потребность в этих новых услугах была не столь высока. Но для Китая Alipay и WeChat Pay стали доступным и удобным решением массовых потребительских безналичных платежей.

То же можно сказать и о существующем разрыве в e-commerce. В США наличествует масса альтернатив в сфере офлайн-ритейла (например, та же торговля по каталогам, крупные торговые сети – Walmart, RadioShack и иные, сетевые магазины отдельных брендов и пр.) с высоким уровнем сервиса и сложившейся культурой покупок. Для Китая, где потребительский масс-маркет в его современном виде появился в очень короткий по историческим меркам период и рос стремительно, такого выбора не было.

Таким образом, пути цифровизации экономик США и Китая кардинально отличаются, так как имеют под собой различные исторические предпосылки. Обе страны прошли свой путь для становления лидерами в эпоху цифровизации. Можно предположить, что специфичность развития цифровых процессов в этих государствах сохранится и на перспективу, как и связь между развитием цифровой и «обычной» экономики.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Digital 2020: обзор глобального цифрового рынка. Часть 1 [Электронный ресурс] / Информационный портал «Сибирискс». – 2021. – Режим доступа: <https://blog.sibirix.ru/2020/04/07/global-digital-report-1/> 32
2. Главные цифровые экономики мира [Электронный ресурс] / Годовой отчет государственной корпорации «РОСТЕХ». – 2016. – Режим доступа: <http://ar2016.rostec.ru/digital-g20/> 34
3. Данилин, И.В. Китай и США – лидеры цифровой экономики: сопоставительный анализ и выводы для России / И.В. Данилин // Доклад на Ученом совете ИМЭМО РАН. – 2019 – 33 35
4. Компании платформы. Движущие силы цифровой трансформации бизнеса [Электронный ресурс] / Айти-блог. – 2016. – Режим доступа: <https://itco.blog/kompanii-platformyi-silyi-cifrovoj-transformaczi.html>
5. Кони́на, Н.Ю. Проблемы менеджмента крупнейших мировых фирм в условиях цифровой трансформации [Электронный ресурс] / Н.Ю. Кони́на // Электронный журнал «Neftegaz.RU». – 2020. – Режим доступа: <https://magazine.neftgaz.ru/articles/avtomatizatsiya/523698-problemy-menedzhmenta-krupneyshikh-mirovykh-firm-v-usloviyakh-tsifrovoy-transformatsii/>
6. Разворот в цифровой профиль [Электронный ресурс] / Специальный проект RG.RU.Digital. – 2020. – Режим доступа: <https://rg.ru/2020/11/18/cifrovyie-platformy-stali-obshcherossiiskim-trendom-v-gosupravlenii.html>
7. Создание цифровых платформ: баланс усилий бизнеса и государства [Электронный ресурс] / Яндекс.Дзен. – 2019. – Режим доступа: <https://zen.yandex.ru/media/mcs/sozdanie-cifrovyyh-platform-balans-usilii-biznesa-i-gosudarstva-5dfa14881a86089cbe3555fb>

THE EXPERIENCE OF THE USA AND CHINA IN DIGITALIZATION AND PLATFORMIZATION OF GLOBAL BUSINESS PROCESSES

Annotation. The importance of digital processes in the modernization of world economic relations is constantly growing. Today, the digital economy affects not only the technology sector and digital firms, but also other sectors of the economy. Platform companies are a key tool of digital transformation. In a relatively short time, they can achieve significant market power, becoming monopolists in various sectors of the economy with partial or complete replacement of traditional market players. Most of the platform companies are based in the USA and China. It is the platforms of the USA and China are world leaders both in individual markets of components of the digital economy and in the global digital market as a whole at this stage of the development of economic business processes.

Keywords: digital economy, digitalization, digital platforms, China, USA.

Engel O.O.

Scientific adviser: Klochkova O.V. Ph.D., associate professor

Donetsk National University

E-mail: en_oks@mail.ru