

ФАКТОРЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ЭВОЛЮЦИЮ КОНКУРЕНЦИИ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Д. А. РЯБОВОЛ, аспирант

Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина, г. Харьков, Украина

Цифровая революция, или, в более общем понимании, Четвертая научно-техническая революция, находится на траектории скорого превышения влияния и масштаба всех предшествующих трансформаций экономики. Ее практически экспоненциальные темпы развития и усложнения, являются одним из ключевых драйверов роста ряда ключевых индустрий, таких как электронная коммерция, финансы, транспорт и образование. Технологичные решения становятся все более узко-таргетированными, но при этом ставят рекорды популярности в своих нишах. Все большее количество компаний перешагивают ранее невозможные уровни рыночной капитализации, с лидером в лице компании Apple с показателем, равным \$2,7 трлн.

Цифровизация бизнес-процессов уже продолжительное время является приоритетом не только производственного сектора, где она нашла свое изначальное применение, но также активно распространяет свое влияние на секторы экономики, ранее являвшиеся менее подверженными влиянию новых технологий. Возникшие на этом фоне «голубые океаны» привели к развитию целого ряда компаний нового типа – таких, как Uber, Airbnb и др. В этом процессе прослеживается один из наиболее характерных процессов, сопровождающих становление цифровой экономики с периода ее первого заметного проявления в виде «бума доткомов» – трансформация конкуренции.

Не секрет, что изменение природы конкуренции является скорее объективным экономическим и историческим процессом, восходя к первым этапам в виде индустриально-конкурентной системы, появлению первых монополий, имевшей место бифуркации в виде добавления планово-рыночных отношений, переходя к современному этапу цифровой конкуренции. Однако с учетом цифровой природы товаров и услуг, – по сути абсолютно нового типа продукта в экономической системе, – эта трансформация становится все более масштабной и часто противоречивой.

Стоит отметить, что согласно прогнозам, уже в 2025 году доля цифровой экономики в мировом масштабе составит 24,3% (\$23 трлн.), тогда как еще в 2016 году эта цифра составляла 15,5% [1]. На этом фоне аспект конкурентной борьбы в ее рамках и все расширяющихся границах приобретает решающее значение для миллиардов людей во всем мире, которые уже приобрели привычку пользования цифровыми инструментами как в повседневной жизни, так и в работе, сформировали необходимые цепочки и взаимосвязи.

А если учесть долю и влияние цифровизованной экономики, то становится очевидным актуальность этого аспекта, а именно, качества исследования конкуренции и ее правил. Здесь можно выделить несколько аспектов, которые выделяют современную конкуренцию: распространенная

практика слияний и покупки конкурирующих стартапов; снижение «мобильности» своих пользователей и их данных для затруднения их потенциального перехода к пользованию решениями конкурентов; распространенное применение «Стратегии голубого океана» на фоне расширения спектра ниш и предоставляемых цифровых услуг, активное внедрение механизмов когнитивных искажений в пользовательский путь для укрепления привычки использования продукта и др.

Стоит охарактеризовать перечисленные факторы, поскольку их влияние на данный момент является ключевым в развитии цифровой экономики и отдельных компаний-платформ и стартапов. Первый фактор, по нашему мнению, прежде всего вызван большим наплывом инвестиционных капиталов в цифровые стартапы, уже завоевавших свою рыночную долю, в период 2021-22 гг. В связи с этим игроки начали активно совершать покупки небольших растущих стартапов, при этом часто либо включая их услуги в свою экосистему, или даже сводя на нет их влияние на отдельном рынке (т.н. «разрушительные поглощения»). Только за 2021 год глобально было произведено инвестиционных раундов на сумму более \$600 млрд. [2].

На этом фоне все чаще стали наблюдаться тенденции «заикливания» инноваций в рамках интересов отдельных игроками, что может негативно сказываться на динамике развития и внедрения инноваций, даже без учета аспектов их мобильности (в плане ограничения доступа к отдельным программным механизмам и технологиям). В этом плане стоит привести несколько показательных примеров такого рыночного поведения – например, Microsoft, Alphabet и Amazon, которые особенно активизировали активность в сфере поглощения в 2021 году. При этом Alphabet было осуществлено более 100 сделок на сумму более \$20 млрд. [3].

Также стоит отметить конкуренцию в сфере инвестиций в технологические стартапы. Поскольку этот аспект также в какой-то степени определяет ландшафт и метода конкурентной борьбы в цифровой экономике в целом. Отметим, что по данным,

В свою очередь, снижение мобильности пользователей может быть связано как с затруднением вывода своих данных с платформы процедурой подстраивания продукта под конкретные задачи (т.н. «эффект ИКЕА»), с сознательной затратой труда, так и некоторыми модификациями платежной политики. Например, стимулирование покупки долгосрочной подписки – 6 или 12 месяцев, со значительными выгодами для пользователя. Также не стоит забывать о том, что значительную роль в этом процессе играют социальные аспекты, а значит, вовлеченность глобальной аудитории и ее взаимодействие между собой, поддерживающее привлекательность пользования продуктом.

И что касается завершающего пункта, который необходимо затронуть для формирования комплексного понимания данной проблематики, а именно, применения целого спектра разнообразных механизмов психологического воздействия и позиционирования по «Стратегии голубого океана», стоит отметить, что значение данного фактора трудно переоценить в современных условиях развития цифровой экономики. Все продукты, так или иначе

связанные с предоставлением цифровых услуг, уже применяют данные механизмы в явном или скрытом виде. В другой же плоскости лежит вопрос этичности применения тех или иных механизмов, необходимость направления из не столько на привязанность к продукту, сколько направленность на положительные изменения в качестве жизни и мышления.

Література:

1. Xu W., Cooper A. Digital Spillover. Measuring the true impact of the digital economy. URL: https://www.huawei.com/minisite/gci/en/digital-spillover/files/gci_digital_spillover.pdf
2. Bryan H. Venture Capital 2021 Recap – A Record Breaking Year. URL: <https://insight.factset.com/venture-capital-2021-recap-a-record-breaking-year>
3. Sherman A., Feiner L. Amazon, Microsoft and Alphabet went on a buying spree in 2021 despite D.C.'s vow to take on Big Tech. URL: <https://www.cnbc.com/2022/01/22/amazon-microsoft-alphabet-set-more-deals-in-2021-than-last-10-years.html#:~:text=Investing%20Club-,Amazon%2C%20Microsoft%20and%20Alphabet%20went%20on%20a%20buying%20spree%20in,to%20take%20on%20Big%20Tech&text=Microsoft%2C%20Alphabet%20and%20Amazon%20a ll,past%20decade%2C%20according%20to%20Dealogic.>