

УДК 330.33.01

***ГЛОБАЛЬНЫЕ ИТ-КОМПАНИИ: СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ  
ФОРМИРОВАНИЯ «ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРЕСТА» ЦИФРОВОЙ  
ЭКОНОМИКИ***

***Густова К.В.***

*Московский государственный гуманитарно-экономический университет,  
Москва, Россия*

***Тимохин Д.В.***

*к.э.н., доцент,*

*Московский государственный гуманитарно-экономический университет,  
Москва, Россия*

**Аннотация**

В статье исследована практика развития глобальной ИТ – компании в контексте трендов развития мировой экономики начала XXI века. Определены приоритетные направление развития и диверсификации ИТ – бизнеса и отмечены те их них, которые представляются перспективными с точки зрения российской практики. По результатам исследования автором предложена система рекомендаций по продвижению отечественных ИТ - компаний на глобальном рынке.

**Ключевые слова:** глобальная экономика, ИТ – индустрия, зарубежный опыт, управление коммерческой организацией.

***GLOBAL IT COMPANIES: MODERN TRENDS IN THE FORMATION OF  
THE " ECONOMIC CROSS " OF THE DIGITAL ECONOMY***

***Gustova K.V.***

*Moscow State University of Humanities and Economics,*

*Moscow, Russia*

***Timokhin D.V.***

*Ph. D., Associate Professor,*

*Moscow State University of Humanities and Economics,*

*Moscow, Russia*

### **Abstract**

The article examines the practice of developing a global IT company in the context of trends in the development of the world economy at the beginning of the XXI century. The priority areas of development and diversification of the IT business are identified and those that are promising from the point of view of Russian practice are noted. Based on the results of the study, the author proposed a system of recommendations for the promotion of domestic IT companies in the global market.

**Keywords:** global economy, IT industry, foreign experience, management of a commercial organization.

Масштабирование рынка инновации является одним из факторов управления ее конкурентоспособностью в современной экономике. В силу объективных особенностей предлагаемой продукции, ИТ – корпорации являются пионерами в области использования наиболее актуальных инструментов масштабирования рынков и управления все более усложняющимися производственно-логистическими структурами.

Управление глобальной ИТ – компанией в современном мире имеет следующие отличительные особенности.

Во-первых, основным ресурсом развития таких компаний является человеческий капитал, обладающий большей мобильностью по сравнению с иными ресурсами развития. Глобальные ИТ – компании ориентированы на

привлечение наиболее ценного человеческого капитала со всего мира, так как затраты на их привлечение минимальны. Значительная часть рабочей силы всех без исключения глобальных ИТ – компаний представлена иностранными работниками, так как эти работники:

- используют для своего профессионального развития потенциал иностранных образовательных систем, не требующий дополнительных затрат со стороны глобальной ИТ – компании;

- готовы работать с меньшей, по сравнению с национальной рабочей силой, оплатой труда, в меньшей степени защищены национальным законодательством принимающей страны ИТ – компании и отличаются большей лояльностью к работодателю из-за особенностей глобального рынка труда;

- статистически более вероятно обладают исключительными интеллектуальными преимуществами из-за большего объема выборки кандидатов, нежели национальная рабочая сила.

Процесс управления потоками рабочей силы в глобальной компании включает в себя:

- создание условий для глобального поиска и отбора потенциальных работников за счет проведения олимпиад и иных отборочных мероприятий для талантливых зарубежных обучающихся;

- формирование площадок повышенной концентрации талантливых иностранных обучающихся и работников для их мониторинга;

- формирование и обеспечение оптимальных образовательных траекторий иностранных обучающихся с последующей отработкой затрат на условиях глобальной ИТ – компании.

Интернационализация рынка труда рабочей силы цифровых гигантов в сочетании с активным использованием дистанционного взаимодействия головной структуры с работниками без их изъятия из среды обитания

обуславливает необходимость инструмента формирования лояльности. В качестве такого инструмента используется корпоративная культура.

Говоря о корпоративной культуре, прежде всего, интересны принципы организации рабочего процесса. Компания Google решила взять на вооружение модель, которую можно назвать как «высокая степень свободы», когда сотрудники имеют возможность действовать в основном по своему усмотрению. Противоположностью такой модели является иерархическая, вертикально ориентированная, командно административная модель управления (структуры с низкими степенями свободы). Существует мнение, что именно модель, которую использует Google, является более перспективной в долгосрочном периоде.

Командно-ориентированное управление с низкой степенью свободы настолько широко распространено, потому что оно рентабельно, требует меньше усилий, и большинство менеджеров потрясены идеей альтернативного подхода. Намного легче руководить командой, которая делает то, что им говорят.

В противном случае вам придется потратить время, чтобы объяснить, почему вам нужно сделать то или иное. А также убедить, что нужно поступать именно так, а не иначе. Что, если сотрудники не согласны? Что, если команда не хочет делать то, что говорит лидер? И разве он не выглядел бы идиотом, если бы ошибался? Гораздо быстрее и эффективнее сообщать подчиненным, что делать, и контролировать выполнение задачи.

Миссия - один из принципов, на которых строится корпоративная культура Google. Это выглядит так: «Организуйте всю имеющуюся в мире информацию, сделав ее доступной и простой в использовании».

В отличие от миссий многих других компаний, миссия Google отличается как простотой формулировок, так и тем, что остается между строк. В нем вы не найдете никаких упоминаний о прибылях и рынках. О потребителях, акционерах и пользователях ничего не говорится. Нет объяснений, почему миссия такая или почему эти цели преследуются. Все приводит читателя к самоочевидному выводу: систематизировать информацию, сделать ее доступной и полезной - это хорошо. -

Кроме того, право голоса является частью культуры Google. Это означает предоставление сотрудникам права голоса для принятия решения о том, как вести бизнес. Либо вы думаете, что люди в целом хорошие и ценят их вклад, либо нет. Для руководителей многих организаций это образно добавляет седины, но это единственный способ жить в гармонии со своими ценностями. Умение высказать свое мнение в сочетании с открытостью в деловой среде - необходимое условие для реализации творческого потенциала сотрудников Google.

У компании есть известная «программа 20%». «Мы поощряем наших сотрудников посвящать 20% своего времени, помимо своих обычных обязанностей, проектам, которые, по их мнению, принесут Google наибольшую пользу», - говорит Пейдж. «Это стимулирует их творчество и новаторство.

Так рождаются многие из наших лучших услуг. Возьмем, к примеру, рекламную систему AdSense, Новости Google (Google News) и почтовую службу Gmail - прототипы которых в конечном итоге были разработаны, при тех же 20% личного времени. Некоторые проекты, самые рискованные, терпят неудачу, что, как правило, помогает нам расширять наши знания. Другие продвигаются к коммерчески привлекательной продукции.

Необязательные проекты, которые нравятся сотрудникам, передают чувство независимости и, таким образом, укрепляют лояльность к компании - верный способ сохранить таланты, когда компания становится более бюрократической.

Во-вторых, управление глобальной ИТ – компанией осуществляется в направлении замещения традиционного продукта их продукцией. Рассмотрим статистику, описывающую процесс подобного замещения на примере рекламы на рисунке 1.

Представленная на рисунке 1 статистика показывает интенсивное стабильное уменьшение емкости традиционной рекламы. В период 2010 – 2017 гг. доля рынка интернет – рекламы увеличилась более чем в 3 раза, в то время как емкость рынка печатной рекламы сократилась в разы. При этом на рынке традиционной продукции сокращается не только доля, но и валовая выручка.

Аналогичная ситуация характерна и для других высокодоходных рынков. Более мобильные цифровые компании вытесняют традиционных лидеров с их рынков, замещая либо видоизменяя их продукцию. Рассмотрим процесс такого вытеснения на примере деятельности ИТ – гиганта Google.

Google Inc - американская транснациональная публичная компания, инвестирующая в поиск в Интернете, облачные вычисления и рекламные технологии. С 2015 года входит в холдинг Alphabet Inc, в котором была реорганизована Google Inc.

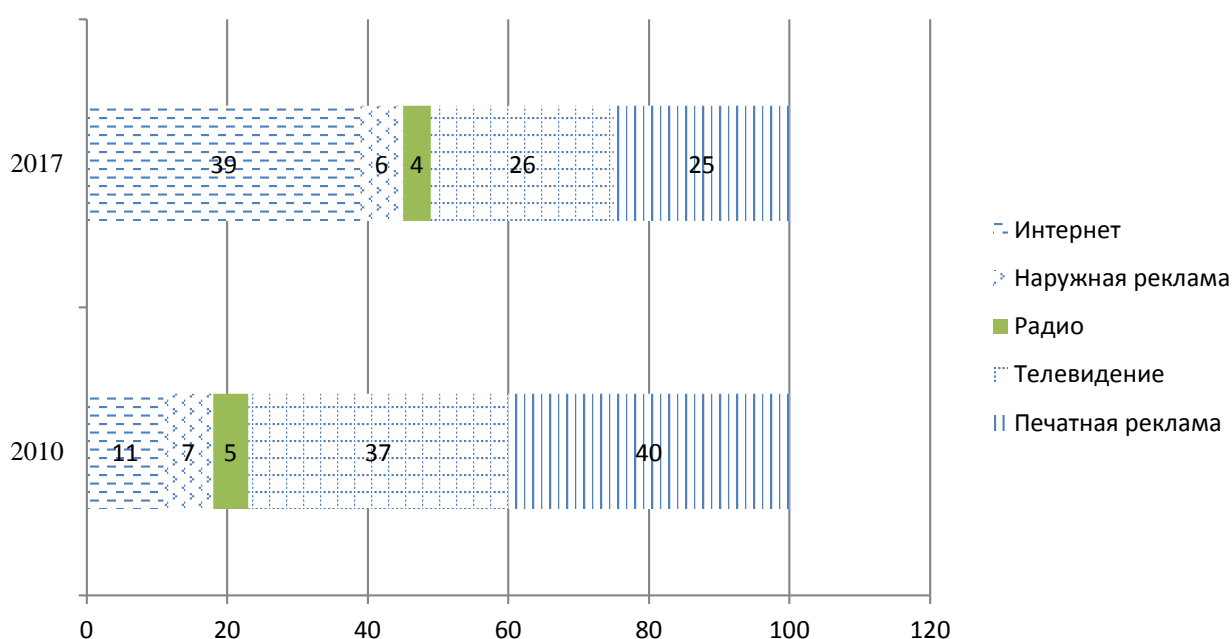


Рисунок 1 – Структура глобального рынка рекламы в 2010 – 2017 гг., в процентах к итогу

*Источник: Данилин И.В. Китай и США – лидеры цифровой экономики: сопоставительный анализ и выводы для России. Доклад на ученом совете ИМЭО РАН, 2019 [Электронный ресурс], URL: [https://www.imemo.ru/files/File/ru/events/2019/11092019\\_Danilin\\_Presentation.pdf](https://www.imemo.ru/files/File/ru/events/2019/11092019_Danilin_Presentation.pdf)*

Google поддерживает и развивает несколько ведущих интернет-продуктов и услуг, замещающих и вытесняющих традиционные аналоги, в том числе:

- крупнейшая поисковая система в Интернете, основной продукт Google, заменившая широкий спектр консалтинговых услуг и услуг справочных бюро;
- электронная почта Gmail, замещающая традиционную почту;

- браузер Google Chrome, заменяющий ряд телекоммуникационных услуг,
- самый популярный видео хостинг YouTube, составляющий все большую конкуренцию традиционным СМИ, театрам, кинотеатрам и ряду иных компаний, предлагающих развлекательную продукцию;
- сервис контекстной рекламы, позволяющий зарабатывать владельцам страниц AdSense с высокой посещаемостью, составляющий конкуренцию производителям традиционной и онлайн рекламы,
- сервис контекстной рекламы, работающий с ключевыми словами AdWords, замещающий услуги агрегатов, в том числе цифровых,
- облачное хранилище данных Google Drive, замещающее продукцию производителей традиционной памяти и компьютеров,
- картографическая система Google Maps. – 98.9 и ряд иных аналогов традиционной продукции, рынки которых в настоящее время сколлапсировали либо сокращаются.



Третьим вектором развития глобальных цифровых компаний, сформированным в результате использования первых двух, является опережающий рост их рыночной стоимости и инвестиционной привлекательности. Если ранние ИТ – компании представляли собой преимущественно производителей отдельно взятого цифрового продукта, в настоящее время они превращаются в агрегаторов, снабжающих рынок, помимо soft- и hard- продукта

- каналами для сбыта продуктов, как традиционных, так и цифровых;
- информационным и организационным сопровождением сделок;
- системами стандартов.

Можно сказать, что ИТ – фирмы формируют новую культуру пакетного потребления и рейтингового восприятия качества продукции.

Используя новые рыночные возможности, с начала XXI века ИТ – корпорации оттесняли с лидерских позиций традиционных гигантов – финансовые холдинги и традиционные корпорации. Динамика рейтинга топ – 5 глобальных компаний по показателю капитализации представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Рейтинг глобальных компаний по показателю рыночной капитализации, 2001 – 2016 гг.

Позиция в рейтинге	Компания	Капитализация, млрд. долл. США	Принадлежность ИТ индустрии
2001			
1		406	нефть
2	Microsoft	365	ИТ
3	Exon	272	нефть
4	Citi	261	финансы
5	Walmart	260	торговля
2006			
1	Exon	446	нефть
2		383	нефть
3	Total	327	нефть
4	Microsoft	293	ИТ
5	City	273	Финансы
2011			
1	Exon	406	нефть
2	Apple	376	ИТ
3	PetroChina	237	нефть
4	Shell	228	Нефть
5	ICBC	222	смешанный
2016			
1	Apple	582	ИТ
2	Alphabet	556	ИТ
3	Microsoft	452	ИТ
4	Amazon	364	ИТ, торговля
5	Facebook	359	ИТ, коммуникации

Источник: составлено авторами на основе данных об отчетности отчетности компаний

Рассмотрим основные принципы формирования «экономического креста» глобальной цифровой компании на основе результатов анализа деятельности корпорации Google. Большая часть активов организации имеет нематериальную форму, значительная часть капитализации сформирована ее гудвил.

В центре «экономического креста» компании, представленного пересечением технологического и производственного цикла, находится развития человеческого капитала существующих сотрудников и привлечение новых. Основным контингентом привлекаемых компанией сотрудников являются



сотрудники с нестандартным мышлением. В частности, для привлечения подобных сотрудников организацией был проведен следующий эксперимент.

Организация установила придорожный щит на шоссе 101, постоянно загруженной автомагистрали, соединяющей Сан-Франциско с Кремниевой долиной, чтобы привлечь в Google новых сотрудников.

Однако ни названия организации, ни ее сайта, ни адреса [www](http://www), вообще ничего, что могла дать подсказку о компании Google. Сообщение было ограничено следующим: {первое десятизначное простое число, которое можно обнаружить в последовательности цифр числа  $e$ }.com ({first 10-digit prime found in consecutive digits  $e$ }.com).

Вот как менеджеры Google HR зашифровали веб-адрес. Это число сложно понять, но после написания программы для вашего компьютера его вычисление может занять доли секунды. ИТ-специалисты, заинтересованные доской объявлений Google, быстро поняли, что это был номер 7427466391. Обратите внимание на точность позиционирования сообщения: это задание предназначалось только для тех, кто разбирается в компьютерах и программировании. Сантехники и врачи не могли себе этого позволить. Другими словами, компания очень точно отреагировала на ее предложение.

Что было на сайте? Гостей ждало очередное испытание. Им предложили другую (более сложную) работу. Однако его снова связали с числом  $e$ . Решением этой проблемы стал пароль для следующего уровня тестирования. Пароль нужно было ввести в определенном месте на сайте [linux.com](http://linux.com).

Тем, кто прошел второй тест и ввел пароль, было предложено войти на сайт Google Labs, страницу отдела исследований и разработок. На странице были условия работы, и вместо приветствия говорилось: «Одна из вещей, которую мы узнали, когда запустили Google: то, что вы ищете, легче найти, если оно вас ищет. Мы ищем лучшие инженеры в мире. Вот и вы. Нетрудно представить, что мы получаем множество резюме каждый день и разработали этот простой процесс для улучшения отношения сигнал / шум».

Дальнейшее формирование «экономического креста» глобальных ИТ – компаний будет осуществляться посредством развития технологических платформ и экосистем, привязывающих иных участников экономических отношений к технологическому базису этой компании. При этом возрастает риск злоупотребления глобальными компаниями своим положением. В качестве примера такого злоупотребления можно указать блокировку в США ряда высокопоставленных политиков без факта доказанного нарушения правил блокировавших их социальных сетей, неконструктивные действия AppStore по отношению к производителям ряда игр.

### Библиографический список:

1. Litvinenko I.L., Gurieva L.K., Baburina O.N., Ugryumova M.A., Kataeva V.I. Tendencies and features of innovation management in the activities of business. // International Business Management. 2016. Т. 10. № 22. С. 5397-5405.
2. Гусов А.З., Репкина О.Б. Социальные ресурсы и риски промышленной революции 4.0 в России // Вестник Волгоградского государственного университета. - Серия 3: Экономика. Экология. - 2019. - Т. 21. - № 1. - С. 5-12.
3. Тимохин Д.В., Панин А.В., Ворона В.Ю., Стрелка Е.А. Применение модели «экономического креста» в проектировании системы цифрового сопровождения экономического процесса // ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика. - 2021. - № 2. - С. 37-48.
4. Шихалиева Д.С., Пархоменко С.А. Технологии цифрового маркетинга / Интеллектуальный анализ данных и цифровая экономика. Материалы международной научно-практической конференции. 2018. С. 87-94.

*Оригинальность 98%*