

создания добавленной стоимости; определение видов и способов государственной поддержки; разработка эффективной системы оценки и контроля. В совокупности это позволяет предприятиям молочной промышленности страны не только достичь положительной динамики, но и перейти на новый этап экономического развития, обеспечивающий выход на мировые рынки продовольствия в условиях конкуренции.

ЛИТЕРАТУРА

1. В Беларуси может быть создана госкорпорация в сфере сельхозмашиностроения [Электронный ресурс] // Белорусские новости. – Режим доступа: <https://naviny.online/new/20210123/1611384657>. – Дата доступа: 02.02.2021.

2. Гнатюк, С. Н. Конкурентоспособность предприятия: теория, методология, практика / С. Н. Гнатюк, А. Г. Барановский, Л. В. Наркевич. – Смоленск: Маджента, 2016. – 179 с.

3. Шаврук, Ю. А. Корпоративная интеграция в мировой экономике: учеб.-метод. пособие / Ю. А. Шаврук, С. В. Павловская, Г. В. Турбан. – Минск: Амалфея, 2017. – 104 с.

УДК 339.312

ИССЛЕДОВАНИЕ РАЗВИТИЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СУБЪЕКТОВ АПК НА ОСНОВЕ ПЛАТФОРМИТИЗАЦИИ И МОНЕТИЗАЦИИ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА

Жудро В. М., канд. экон. наук

ООО «Вимала»,

Гомель, Республика Беларусь

Ключевые слова: управленческие решения, платформитизация, монетизация, электронный бизнес, экотроника.

Аннотация. Сформулированы ключевые методологические проблемы взаимодействия платформитизации и монетизации бизнеса, которые сдерживают существенное и устойчивое их влияние на создание синтетической функционально-эмоциональной и информационной ценности для всех предприятий АПК. Для успешного решения выявленных бизнес-проблем платформитизации и монетизации бизнеса автором предложена необходимость интегрирования в их конструкцию цифрового двойника.

RESEARCH ON THE DEVELOPMENT OF INTERACTION BETWEEN AGRIBUSINESS ENTITIES BASED ON THE PLATFORMIZATION AND MONETIZATION OF E-BUSINESS

*Zhudro V. M., Candidate of Sciences in Economics
LLC «Vimala»,
Gomel, Republic of Belarus*

Keywords: management solutions, platformization, monetization, e-business, ecotronics.

Summary. The article formulates the key methodological problems of interaction between platformization and business monetization, which restrain their significant and sustainable impact on the creation of synthetic functional-emotional and informational value for all enterprise agribusiness entities based. To successfully solve the identified business problems of platformization and business monetization, the author proposed the need to integrate a digital twin into their design.

Введение. Выполненные аналитические, эмпирические и экспертные исследования ключевых проблем и трендов развития экономики всех без исключения предприятий АПК в условиях рыночного, финансового и странового шока из-за глобальных социально-экономических последствий вирусной инфекции 2020 г., позволили установить тренд актуализации масштабирования и ускорения поиска научных рекомендаций по оптимизации взаимодействия инструментов платформизации и монетизации бизнеса. Это обусловлено тем, что использование цифровых платформ в бизнесе генерирует двойственность: 1) традиционного понимания спроса и предложения (сырье, производство и потребление), состоящего из линейной цепочки интегрированных фирм в создании добавленной соответствующей части стоимости; 2) разных комбинаторных блоков (ячеек) взаимодействия между физическим и виртуальным бизнесом, к выходу из которого пассивный потребитель получает частную утилиту или незначительную опцию определенного суверенитета в принятии бизнес-решений (например, маленькие программы с небольшим функционалом, которые не занимают много места на диске и выполняют специфические задачи в операционной системе: удаленное управление домашним компьютером через Интернет) – и больше не применяется. Новая экономическая мо-

дель работает по кругу как цикл обратной связи, в котором данные и бизнес-взаимодействия (т. е. сеть) являются основным ресурсом и источником создания добавленной стоимости.

Основная часть. В экотронике преобладает универсальный подход: вместо того, чтобы быть владельцем конкретных ресурсов, товаров, услуг или рабочей силы, платформа «создает новый рынок» для различных участников бизнеса посредством совместного их использования. Изначально предприятия АПК, не владеющие основными активами, и работники (линейные работники, операторы, водители и т. д.) являются подрядчиками, они вкладывают немного в человеческие профессиональные и физические активы, которые позволяют им быстрее масштабировать сетевой шеринг-бизнес.

В этих условиях бизнес-сообществом востребованы альтернативные парадигмы, концепции, методологии и инструменты конструирования конкурентных инвестиционных, маркетинговых, логистических, операционных управленческих решений по оптимизации взаимодействия платформитизации и монетизации бизнеса. Это обусловлено тем, что традиционные методы поиска новых решений применяются при необходимости найти как можно большее количество историкотекущих сценариев развития микро-, макро- и мегосреды бизнеса с целью реализации полезных функций объекта и устранения или ослабления отрицательного эффекта ненужных и излишних его функций для покупателя/потребителя [1].

В то же время в новых бизнес-моделях экотроники появляются два возникающих и связанных с ними драйвера создания как стоимости, цены, так и синтетической функционально-эмоциональной и информационной ценности для всех предприятий АПК электронного бизнеса: платформитизация и монетизация быстро растущего объема цифровых данных. Цифровые платформы являются центральными субъектами в электронной экономике, а цифровые данные становятся ключевым кросс-ресурсом бизнес-процессов создания добавленной стоимости.

При этом важно отметить, что в настоящее время отсутствуют научные доказательства их существенного и устойчивого влияния на создание синтетической функционально-эмоциональной и информационной ценности для всех предприятий АПК электронного бизнеса, которое обусловлено традиционными препятствиями для процессов монетизации эффекта платформитизации бизнеса.

Прежде всего, потому что цифровые платформы, в отличие от традиционных офлайн-технологий бизнес-коммуникаций, представляют собой бизнес, основанный на обеспечении механизма онлайн-взаимодействия создания ценности между внешними их пользователями: производителями и потребителями посредством их глобальной открытости и адекватной инфраструктуры цифрового бизнеса.

И, как следствие, цифровые платформы, предлагая механизмы онлайн-бизнес-коммуникаций, могут быть как посредниками, так и инфраструктурами институционально-системных предприятий АПК цифрового бизнеса. С одной стороны, они являются посредниками в том случае, когда соединяют разные кластеры физических их пользователей (разные «кластеры-стороны» многогранного рынка, например, Facebook соединяет рекламодателей, разработчиков, компании и других его пользователей). С другой стороны, цифровые платформы также служат в качестве институционально-системных операторов инфраструктуры цифрового бизнеса, позволяя разным его «кластерам-сторонам» строить индустрию бизнес-коммуникаций. Например, пользователи могут разработать профиль страницы на Facebook, а разработчики программного обеспечения могут создавать приложения для магазина приложений Apple и т. д.

То есть, любое предприятие АПК само по себе может быть лишь частично платформой цифрового бизнеса. Ключевыми инструментами цифровых платформ, отражающими их функциональность, масштаб (параметры предприятия АПК, сектора или экономики), географический фокус и уровни открытости являются следующие операции: транзакции и операционные или информационно-коммуникационные технологические/инженерные действия [3].

Платформы транзакций, выступающие в качестве двух/много-сторонних платформ или двух/многосторонних рынков, предлагают инфраструктуру, как правило, онлайн-ресурс, поддерживающий обмен между данными разных корпоративных кластеров предприятий АПК, а также тех, которые поддерживают цифровые секторы. Тем самым они создают условия для генерирования и монетизации синергетического эффекта их цифрового платформенного взаимодействия. Операционные платформы предоставляют информационно-коммуникационные маршруты и проекты для бизнес-взаимодействия компаний (операционные системы, например Android или Linux, и технологические стандарты, например MPEG видео), которые предлагают общий подход для монетизации коммуникаций их клиентов внутри того или иного рыночного сектора посредством добавления ценности.

В отличие от традиционных «директивно-толкающих» моделей цепочек поставок платформа предполагает гравитационный сдвиг в создании стоимости в сторону платформ самих себя посредством конструирования индустрии онлайн «втягивающе-мотивированных» навигационных панелей и воронок входа для предприятий АПК и физических лиц и обеспечения более разнообразного ассортимента товаров, услуг и клиентов, предоставляя необходимую сервисную поддержку и услуги для сторон выполнения транзакций на платформе.

Наряду с позитивными возможностями для предприятий АПК глобальное расширение и доминирование цифровых платформ создает бизнес-претендент для их владельцев монопольного контроля определенных действий посредством блокировки или принятия неконкурентных практик и тем самым генерирует обременения для альтернативы его вариантов. Поэтому крупные лидеры-платформы обычно в состоянии навязать дополнительные расходы или сборы с предприятий АПК, использующих их платформы. Следовательно, нужен цифровой компромисс между этими затратами и более глобальными рыночными возможностями взаимодействия платформ и их пользователей.

Таким образом, можно позитивно охарактеризовать изложенные выше институциональные инструменты кардинального улучшения инвестиционного и финансово-экономического положения предприятий АПК на основе платформитизации и монетизации бизнеса. Все перспективные ее сценарии должны быть заложены в их бизнес-проектах с целью максимального предвидения современных институциональных, технико-технологических, рыночных, информационно-коммуникационных условий функционирования высокотехнологичного бизнеса, которые в течение года претерпевают очень большие изменения. Конфигурация этих изменений продуцирует не десятки, сотни, даже не тысячи, а миллионы вариантов его перманентных и тотальных трансформаций [2].

Успешное решение указанных выше бизнес-проблем может быть осуществлено посредством интегрирования в конструкцию платформитизации и монетизации бизнеса цифрового двойника (англ. *Digital Twin*) – цифровой копии физического объекта или процесса, предприятия АПК или цифровой копии постоянно меняющегося профиля или процесса, содержащей исторические и наиболее актуальные данные о них с целью моделирования и оптимизации кроссфункционального (технологического, организационно-экономического, социального и других элементов) бизнеса с помощью самых различных программных

систем (SysML, AML, SCADA и ANFIS и др.). Цифровой двойник компании в IEM-системе создается и непрерывно актуализируется в режиме реального времени с помощью технологии *mutual mapping*.

Заключение. Таким образом, в отличие от традиционной модели бизнеса: поставщик сырья – его переработчик/продавец и поставщик потребителю готовых продуктов, модель его платформитизации и монетизации в цифровом виде позволяет производственные процессы и транзакции осуществлять посредством разных комбинаторных возможностей между физическим и виртуальным миром и генерирует фирмам дистанционную, точную возможность достигать экономики масштаба быстрее.

ЛИТЕРАТУРА

1. Жудро, В. М. Smart-управление персоналом компании в условиях цифровой экономики / В. М. Жудро // Научно-технологическое развитие аграрного сектора экономики страны в условиях глобальных вызовов и угроз: сб. ст. междунар. науч.-практ. конф., Москва, 17–18 окт. 2019 г. – Москва: Научный консультант, 2020. – С. 449–453.

2. Жудро, В. М. Методология форматирования сдвоенного квадранта экотроники / В. М. Жудро // Стратегия развития экономики Беларуси: вызовы, инструменты реализации и перспективы: сб. науч. ст.: в 2 т. / НАН Беларуси, Ин-т экономики НАН Беларуси; редкол.: В. И. Бельский [и др.]. – Минск: Право и экономика, 2019. – Т. 1. – С. 197–202.

3. UNCTAD released its first 'Digital Economy Report 2019 [Electronic resource]. – Mode of access: <https://affaircloud.com/unctad-released-a-report-titled-digital-economy-report-2019/>. – Date of access: 20.09.2020.

УДК 339.33

ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИЗМЕРЕНИЙ КАДАСТРОВЫХ ЦЕН НА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫЕ ЗЕМЛИ

Жудро И. Н., аспирант

*УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь*

Ключевые слова: рынок земли, информация, обеспечение, оценка, цена, арендная плата, сельскохозяйственные земли, кадастровая система.

Аннотация. Выполнена аналитика и сформулированы методические аспекты информационно-аналитического обеспечения измерений кадастровых цен на сельскохозяйственные земли на основе доминирования концепции сочетания пропорций балльной оценки аг-