

Научная статья

УДК: 351/354

DOI: 10.17323/1999-5431-2022-0-2-60-84

ЦИФРОВЫЕ ПЛАТФОРМЫ КАК СУБЪЕКТ И ОБЪЕКТ РЕГУЛИРОВАНИЯ, ИЛИ КАК ПЛАТФОРМЫ ИЗМЕНЯЮТ СИСТЕМУ ГОСУПРАВЛЕНИЯ

¹ **Дмитриева Наталья Евгеньевна,**

² **Минченко Ольга Сергеевна,**

³ **Рыльских Евгений Валерьевич**

^{1, 2, 3} Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»,
Институт государственного и муниципального управления;
101000, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 20.

¹ nedmitrieva@hse.ru; ORCID: 0000-0003-4226-0874

² osminshenko@hse.ru; ORCID: 0000-0001-8086-1959

³ erylskih@hse.ru; ORCID: 0000-0001-5077-6796

Аннотация. Исследование посвящено изучению изменений в системе государственного управления под влиянием цифровой трансформации. Цифровые платформы O2O (*online-to-offline*) рассматриваются как новые экономические агенты, трансформирующиеся в институциональные механизмы и формирующие новую систему ценностей. Для оценки воздействия платформ O2O на общественные ценности используется типология ценностей, предложенная Ф. Баннистером и Р. Коннолли (Bannister, Connolly, 2014). Анализ академической литературы и результатов полуструктурированных интервью с участниками пяти цифровых платформ O2O (YouDo, Youla, Profi.ru, Avito, Fl.ru) позволил выявить различные виды транзакционных издержек. Оценка издержек проводилась в зависимости от типа транзакции на платформах. Принимая во внимание риски взаимодействия участников цифровых платформ O2O и его недостаточное регулирование, авторы сформулировали основные направления трансформации существующей системы государственного управления в связи с ее платформизацией и представили обоснование необходимости перехода к системе управления, основанной на общественных ценностях: Public Value Management.

Ключевые слова: теория общественной ценности, принципал-агентская теория, цифровые платформы O2O, транзакционные издержки, регулирование платформ, цифровая трансформация, Public Value Management.

Для цитирования: Дмитриева Н. Е., Минченко О. С., Рыльских Е. В. Цифровые платформы как субъект и объект регулирования, или как платформы изменяют систему госуправления // Вопросы государственного и муниципального управления. 2022. № 2. С. 60–84. DOI: 10.17323/1999-5431-2022-0-2-60-84.

Благодарности: статья подготовлена в результате проведения исследования в Международной лаборатории цифровой трансформации в государственном управлении Института государственного и муниципального управления в рамках Программы фундаментальных исследований Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики».

Original article

DIGITAL PLATFORMS AS A REGULATOR AND THE REGULATED SUBJECT, OR HOW PLATFORMS CHANGE THE SYSTEM OF PUBLIC ADMINISTRATION

¹ **Natalya E. Dmitrieva,**

² **Olga S. Minchenko,**

³ **Evgeny V. Rylskikh**

^{1, 2, 3} National Research University Higher School of Economics, Institute of State and Municipal Administration; 20 Myasnitskaya Str., 101000 Moscow, Russia.

¹ nedmitrieva@hse.ru; ORCID: 0000-0003-4226-0874

² osminshenko@hse.ru; ORCID: 0000-0001-8086-1959

³ erylskih@hse.ru; ORCID: 0000-0001-5077-6796

Abstract. In this article the authors raise the question of the impact of digital platforms on the change of public values and on the system of public administration. Digital platforms O2O (*online-to-offline*) are considered as new economic agents, transforming into institutional mechanisms and forming a new system of values. Using the public values typology to assess the impact of ICTs on e-government (Bannister & Connolly, 2014). The authors evaluated the impact of the digital platforms on public values and studied different types of transaction costs depending on the type of transaction, using the results of foreign studies and interviews with participants of platforms on O2O

platforms (YouDo, Youla, Profi.ru, Avito, Fl.ru). Based on the Public Value Theory and the Principal-agent Theory considering the presence of risks of interaction between the participants of digital platforms O2O and the lack of sufficient regulation, the authors formulated the main directions of key changes in the system of public administration in connection with platformization and justified the need to move to a new system of public administration based on public values – Public Value Management.

Keywords: Public value theory, Principal-agent theory, digital platforms O2O, transaction costs, platform regulation, digital transformation.

For citation: Dmitrieva, N. E., Minchenko, O. S. and Rylskikh, E. V. (2022) 'Digital platforms as a regulator and the regulated subject, or how platforms change the system of public administration', *Public Administration Issues*, 2, pp. 60–84. (In Russian). DOI: 10.17323/1999-5431-2022-0-2-60-84.

JEL Classification: L14; O32; Z18.

Acknowledgments: the article was prepared as a part of the research in The International Laboratory of Digital Transformation in Public Administration, Institute of State and Municipal Administration with the support of Basic Research Program of National Research University Higher School of Economics.

Введение

Цифровая трансформация выходит за рамки только внедрения цифровых технологий. Она становится институциональным изменением и приводит к появлению новых субъектов, структур, практик, ценностей и убеждений, которые изменяют, заменяют или дополняют существующие правила деятельности организаций, экосистем и отраслей (Hinings et al., 2018). Впервые в истории, по мысли М. Кастельса, базовой единицей экономической организации становится не отдельный субъект, индивидуальный или коллективный, а сеть, «составленная из разнообразного множества субъектов и организаций, непрестанно модифицируемых по мере того, как сети приспособляются к поддерживающим их средам и рыночным структурам» (Кастельс, 2000, с. 197). Таким новым экономическим актором, по нашему мнению, становятся цифровые платформы O2O (*online-to-offline*), обеспечивающие взаимодействие виртуального мира и реального (физического) мира товаров и услуг, использующие данные и алгоритмы для улучшения связей (Макафи, 2020) и содержащие определенную институциональную логику (Glaser, 2017; Heimstädt, 2017; Hultin, Mähring, 2014).

К оценке изменения институтов под влиянием цифровизации экономики современные исследователи подходят по-разному. Одни авторы доказывают необходимость реформы институциональной среды, проведения значительных институциональных изменений, без которых невозможен успешный переход к цифровой модели экономического развития (Ермолаев, 2018; Попов, 2019). Другие предлагают ввести в оборот такие

понятия, как «цифровой институт» и «институциональная регулятивная среда цифровой экосистемы» (Масюк, 2020). Как возникают и приобретают легитимность новые институциональные инфраструктуры, как старые и новые институциональные механизмы дополняют и усиливают друг друга, что на самом деле является радикальным и трансформационным – вот актуальная текущая повестка в исследовании цифровых платформ (Hinings et al., 2018).

Теория общественной ценности (Public Value Theory) для изучения цифровых платформ

Родоначальник идеи общественных ценностей М. Мур целью государственной управленческой деятельности определял создание общественной ценности, в которой и сами цели, и средства их достижения, и интересы различных групп населения имеют одинаково важное значение с точки зрения оценки эффективности (Moore, 1995) и приносят наибольшую пользу для общества в пределах доступных денежных или юридических ресурсов (Benington, Moore, 2011).

Первоначально концепт Public Value Management (Управление общественными ценностями, далее – PVM) создавался с целью поиска путей оптимизации госуправления. Однако теперь в условиях ограниченности ресурсов и высокой дифференциации общества политикам и органам власти приходится искать решения, удовлетворяющие интересы различных групп граждан в рамках нормативного консенсуса относительно распределения прав, льгот и обязательств (Bozeman, 2007). Основной целью государственной политики в рамках PVM становится достижение баланса между экономической эффективностью, организационным управлением и учетом мнения общества (Turkel, Turkel, 2016).

В зарубежной литературе выделяется несколько подходов к определению перечней общественных ценностей. С одной стороны, это основные ценности, формируемые в госсекторе: предоставление государственных услуг, улучшение социального положения граждан, повышение доверия к власти (Moore, 1995; Kelly et al., 2002), общественные блага, средства правовой защиты, включая верховенство закона и защиту права собственности (Alford, O'flynn, 2009), легитимность, подотчетность, прозрачность, добросовестность, законность, эффективность, профессионализм и надежность власти и государственного управления (Paanakker et al., 2020). С другой стороны, это типологизированные по разным группам личностные, демократические, профессиональные, этические, организационные и иные ценности госуправления (Jorgensen, Bozeman, 2007).

Вопросы изучения общественных ценностей только начинают включаться в исследовательскую повестку российских ученых. Коллектив исследователей из МГУ им. Ломоносова под руководством В. П. Васильева отмечает, что экспансия платформ в сборе пользовательских данных, в расширении контроля над повседневностью, над приватностью, над нашим социальным миром приводит к тому, что платформы в качестве

нового экономического актора становятся творцами ценностей (Васильев и др., 2020). Другой коллектив из Санкт-Петербургского университета описал новое понятие «координационного государства», которое начинает стимулировать участие в публичности акторов из гражданского общества и бизнеса, без которых невозможно сегодня равномерно распределить все тяготы по удовлетворению публичных нужд (Сморгунов и др., 2014).

Триггером распространения PVM стало создание по всему миру электронного правительства, когда информационно-коммуникационные технологии (далее – ИКТ), являясь одновременно и стимулом, и средством внедрения, стали оказывать влияние на многие ценности госуправления (Bannister, Connolly, 2014). Проанализировав более полусотни научных статей, Дж. Д. Твизеймана и А. Андерссон (Twizeyimana, Andersson, 2019) выделили шесть основных общественных ценностей электронного правительства: повышение качества госуслуг, повышение административной эффективности, возможности открытого правительства, повышение роли этического поведения и профессионализма, повышение качества жизни и благосостояния, повышение уровня доверия правительству.

Однако общественные ценности – это не простой набор правил, который можно взять в готовом виде и внедрить в обществе; наоборот, они обсуждаются на всех уровнях управления (van Dijck, 2020).

С одной стороны, государство становится полноправным участником взаимодействий на платформах, выступая либо в качестве поставщика, либо потребителя товара, работы или услуги, либо в роли владельца платформы (Hofmann et al., 2019), теряя при этом монопольное право на создание общественных ценностей (Millard, 2018).

С другой стороны, государство через издание регулятивных правил и инструкций может направлять развитие платформ таким образом, чтобы бизнес, преследуя собственные интересы, способствовал трансформации взаимодействия между бизнесом и правительством, служа общественной ценности (Klievink et al., 2016), а правительства – сокращению транзакционных издержек и обеспечению безопасности, прозрачности и открытости взаимодействия на платформах (Millard, 2018). Таким образом, *цифровые технологии трансформируют общественные ценности и процессы их формирования.*

В то же время в экономике совместного потребления коммерческие платформы также могут стать источником формирования общественных ценностей (Hofmann et al., 2019), которые вместе с тем могут вступать в конфликт с ценностями, формируемыми органами власти, и влиять на исполнение полномочий (Ranchordás, Goanta, 2020). Полуструктурированные интервью с пользователями платформы Uber позволили О. Мансуру и А. Газауна (Mansour, Ghazawneh, 2017) выявить, что при организации взаимодействия пассажиров с водителями платформой создаются ценности, связанные со снижением издержек и оптимизацией бизнес-процессов, прозрачностью деятельности, клиентоориентированностью и адаптивностью к рынку, безопасностью взаимодействия и повышением доверия между пользователями.

Изучив роль цифровых платформ в экономике совместного использования, В. Сазерленд и М.Х. Джаррахи (Sutherland, Jarrahi, 2018) описали шесть основных характеристик платформ, влияющих на создание общественных ценностей:

- 1) гибкость – обеспечение динамического доступа к ресурсам по требованию участников;
- 2) соединение участников либо с помощью алгоритма, либо оценки и поиска;
- 3) расширение доступа к ресурсам, ранее недоступным;
- 4) управление транзакциями участников (платформа как посредник);
- 5) укрепление доверия между участниками (платформа как медиатор);
- 6) содействие коллективным действиям участников (платформа как источник социального капитала сообществ, территорий, профессиональных групп).

Таким образом, цифровые платформы не просто становятся средствами коммуникаций и (или) изменяют экономические отношения, они начинают выступать в качестве регулятора и оказывают серьезное влияние на систему общественных ценностей (Ranchordás, Goanta, 2020), а также на способы взаимодействия между государством и гражданами, размывая тем самым границы публичной сферы (Lindgren et al., 2019).

Цифровые платформы в контексте институционального анализа

С помощью институционального анализа Б. Хайнингс с соавторами (Hinings et al., 2018) выделили три типа новых институциональных механизмов, имеющих решающее значение для цифровой трансформации: цифровые организационные формы, цифровые институциональные инфраструктуры и цифровые институциональные строительные блоки. Они весьма важны при внедрении цифровых платформ, поскольку такие платформы создают новые формы организации взаимодействия, контрактации и самой деятельности клиентов и поставщиков через установление правил, требований, норм и принципов, которые при этом не должны противоречить общественным ценностям; с помощью алгоритмов обеспечивают управление всеми процессами взаимодействия; создают ценности, требующие признание их легитимности.

В рамках принципал-агентской теории платформы могут выступать как в роли принципала, при этом агентами становятся поставщики товаров и услуг, так и в роли агента, когда принципалом следует считать государство. Традиционно принципал, чья цель – максимизация прибыли, не обладая всей полнотой информации о деятельности агента, стремящегося к максимизации собственной полезности, не может полностью его контролировать (Williamson, 2002).

В условиях асимметрии информации одним из наиболее распространенных вариантов нивелирования принципал-агентского конфликта является разработка для агентов системы правил и индикаторов для оценки их деятельности (Jensen, Meckling, 1976). Это означает, что государство

как принципал должно не контролировать платформы и их деятельность, но еще и стремиться обеспечивать конкурентный рынок и общественные ценности независимо от того, какую платформу выбирают пользователи.

В свою очередь, выступая в качестве принципала, платформа создает правила для эффективного взаимодействия пользователей на платформе. Однако и в этом случае система разработанных на платформе требований и норм не должна противоречить общественным ценностям.

Теория транзакционных издержек, раскрывая общие принципы экономических процессов, позволяет объяснить, каким образом можно влиять на них через институциональные настройки в условиях ограниченной рациональности экономических агентов и ограниченной эффективности институциональных механизмов (Williamson, 1975). Понимание транзакции как любого перехода актива от конечной точки одного технологического процесса к начальной другого процесса в полной мере применимо к рассматриваемому типу цифровых платформ O2O. Согласно О. Уильямсону, основными параметрами транзакции являются специфичность активов, участвующих в транзакции, периодичность транзакций и уровень неопределенности обстоятельств, которые сопровождают совершение транзакции (Williamson, 2002). По Дж. Коммонсу, транзакция является ключевым элементом анализа и исходной единицей деятельности, связующим звеном между правом, экономикой и поведением людей (Commons, 1934).

Применительно к платформенным решениям O2O, можно выделить *транзакции сделки, управления и рациионирования*. Транзакции сделки «товар/услуга-деньги» связаны с переходом прав собственности по обоюдному согласию сторон на взаимовыгодных условиях и происходят между основными платформенными акторами или контрагентами. В транзакциях управления ключевым становится отношение подчинения одного контрагента другому: право принимать решения принадлежит только одной стороне (например, использование платформы при условии согласия с пользовательским соглашением). Для транзакций рациионирования характерно наличие третьей стороны, определяющей право обладания ресурсом для двух других сторон (например, платформа как арбитр в конфликте поставщика и клиента).

Большинство исследователей сходятся во мнении, что целью создания цифровой платформы является сокращение транзакционных издержек. В теоретической литературе представлено несколько подходов к классификации транзакционных издержек. Р. Коуз выделял пять основных типов транзакционных издержек функционирования рыночного механизма: издержки сбора информации, издержки поиска партнера, издержки составления и пересмотра контракта, издержки принуждения к его исполнению (Coase, 1937). Д. Норт определял транзакционные издержки размером рынка: издержки персонификации отношений, спецификации и принуждения. Автор также описал транзакционные издержки необходимости измерений (для сбора информации о предмете транзакции) и издержки, обусловленные идеологическими установками индивидов (North, 1992).

П. Милгром и Дж. Робертсон классифицировали транзакционные издержки на издержки координации и мотивации. К первому виду они относили все затраты, связанные с обеспечением временного и пространственного совпадения участников транзакции. Издержки мотивации включают затраты на осуществление контроля за соблюдением условий контракта, обусловлены асимметрией информации на рынке, а также склонностью экономических агентов к оппортунизму (Milgrom, Roberts, 2000).

Наиболее пригодной для проведения количественных оценок является классификация транзакционных издержек, предложенная Т. Эггертссоном в развитие подходов Д. Норта. В данной классификации выделяют издержки поиска информации, издержки ведения переговоров, издержки составления контрактов, издержки мониторинга и контроля, издержки принуждения к исполнению контрактов и издержки защиты от третьих лиц (Eggertsson, 1996).

В таблице мы свели в единую классификацию описанные выше научные подходы с целью изучения того, насколько применимы классические виды транзакционных издержек на платформах О2О и как они проявляют себя в различных типах транзакций.

Методология исследования

Для изучения работы платформ О2О была проведена серия глубинных интервью по заранее разработанной анкете. Опрашиваемые должны были соответствовать следующим критериям: регулярное использование респондентом одной из пяти цифровых платформ (YouDo, Youla, Profi.ru, Avito, Fl.ru¹); использование указанных цифровых платформ для поиска клиентов для оказания услуг или работ. Выбор платформ обусловлен тем, что они относятся к группе О2О, являются быстро растущими многофункциональными компаниями, представлены во всех регионах России, достаточно популярны среди российских пользователей. Поиск респондентов осуществлялся путем размещения объявлений на соответствующих платформах. Дополнительно проводился скрининг в форме личной беседы с каждым из откликнувшихся претендентов. В результате было рассмотрено более 70 претендентов на интервью, из них отобрано 24, интервью было проведено с 21 респондентом. Все интервью проводились в период с 22 марта по 20 апреля 2021 г. Одним из ограничений проведенного исследования является лимитированная выборка респондентов.

Основные результаты исследования

Оценка общественных ценностей (Public Value) для платформ О2О

Взяв за основу сформулированную Ф. Баннистером и Р. Коннолли (Bannister, Connolly, 2014) гипотезу о том, что ИКТ воздействуют на обще-

¹ Avito и Youla – сервисы бесплатных объявлений; Fl.ru, Profi.ru, YouDo – сервисы для поиска удаленной работы и сотрудников.

ственные ценности, мы проанализировали, на какие общественные ценности и каким образом оказывают трансформационное влияние платформы O2O².

Во-первых, это *повышение качества обслуживания граждан*, поскольку один из основных принципов платформ O2O – «Первым делом качество» (Avito). Услуги становятся более персонализированными: «стараясь выполнять все требования заказчика... могу переделать, как просит заказчик, и конфликт будет решен» (Fl.ru).

Во-вторых, *равенство обращения и доступа к платформам и услугам*. Возросшая легкость начала предпринимательской деятельности на платформах особенно проявилась во время и после пандемии COVID-19: «когда настал карантин, нас всех уволили, и тогда я стал на Profi.ru набирать себе клиентов. И после этого работаю на этой платформе и хорошо себя ощущаю» (Profi.ru). «Люди приходят на такие платформы, чтобы работать, и ничто не должно мешать получить людям работу ... здесь не должно быть никаких ограничений, с которыми люди сталкиваются на официальной работе» (YouDo).

В-третьих, *рост производительности труда, а вместе с ней и эффективности деятельности* отмечали многие респонденты: «работа стала более эффективна, производительна, потому что ни от кого не завишу» (Youla); «зарплата на платформе в разы больше, чем зарплата коллег из региона» (Fl.ru).

В-четвертых, *повышение результативности*. Благодаря платформам у поставщиков улучшается понимание своих потребителей, растет количество заказов: «за услуги оплату берешь по минимуму, не завышаешь цены, но получается более выгодно за счет количества клиентов» (Avito).

В-пятых, многие респонденты говорили о *существенной экономии ресурсов*: «несмотря на траты на отзывы, затрат получается меньше» (YouDo), «нет необходимости ходить на работу, поэтому можно выполнить больший объем работы» (Avito).

В-шестых, благодаря платформе происходит *рост профессиональных компетенций участников взаимодействия*: «любой заказ – это профессиональное развитие, новый опыт» (Avito). «Каждый раз после выполненного задания у тебя повышается самооценка. Для личностного роста в платформе огромные преимущества» (YouDo).

В-седьмых, *платформа повышает прозрачность взаимодействий*: «клиенты, безусловно, выигрывают, потому что есть возможность выбора адекватного и частного, и корпоративного специалиста за более вменяемые деньги по сравнению с корпоративными ставками» (Profi.ru). При этом «если самозанятый, то все чеки автоматически генерируются, и все это в налоговую уходит» (Fl.ru).

² Рассматривались только общественные ценности, которые были выявлены на платформах O2O посредством глубинных полуструктурированных интервью и для которых Ф. Баннистер и Р. Коннолли (Bannister, Connolly, 2014) описывали «сильное» или «умеренное» трансформационное влияние.

Анализ транзакционных издержек на платформах O2O

Таблица.

Оценка транзакционных издержек в зависимости от типа транзакции на платформах O2O (YouDo, Youla, Profi.ru, Avito, Fl.ru)

Авторы	Виды транзакционных издержек	Типы транзакций	Мнение респондентов об издержках на платформах O2O	Механизмы на платформах O2O	Влияние платформ O2O на размер издержек
Р. Коуз	Издержки поиска партнера	Сделки	«Немного нервно, потому что роботу нужно поймать» (Youla); «трату времени больше, чем традиционным способом: чтобы найти заказ, мне приходится каждые полчаса-час листать ленту в поисках заданий» (YouDo)	Работники платформ тратят много времени на поиск отвечающих их требованиям предложений и работы (Drahokoupil et al., 2017)	Издержки трансформируются в риски
		Управления	«Основная проблема – ты постоянно платишь за отклики, тебе приходится постоянно вкладывать деньги. И может сложиться такая ситуация, что ты уходишь в минус» (YouDo)	Оператор платформы может участвовать на стороне предложения платформы, конкурируя с независимыми третьими сторонами за доступ к потребителям (Krämer, Schnurr, 2018)	
		Рационализация	«Поиск заказов на платформе обещивает более-менее стабильный заработок: на платформе заказы есть всегда» (Fl.ru)	Платформы нивелируют провалы рынка, способствуя расширению предложения рабочей силы (Drahokoupil et al., 2017)	
Д. Норт, Т. Этергссон, Р. Коуз	Издержки поиска информации	Сделки	Для поставщика «клиент – темная лошадка» (Profi.ru); «порой создают задания, где нет ни фотографии, ни отзыва, ни территории заказа, написан только номер телефона и имя» (YouDo); «у заказчиков порядка 20–30 откликов, из которых половина типовых откликов, и не всегда представляется возможным выбрать индивидуальные предложения» (Fl.ru)	Коррекция искажения информации происходит с помощью механизмов оценки и обратной связи потребителей, а также с использованием онлайн-поисковых сервисов и целевой рекламы (Shumakova, 2020); «спонсируемое ранжирование может иметь очень разные последствия для пользователей» (Krämer, Schnurr, 2018)	Издержки трансформируются в риски

Авторы	Виды транзакционных издержек	Типы транзакций	Мнение респондентов об издержках на платформах O2O	Механизмы на платформах O2O	Влияние платформ O2O на размер издержек
Д. Норт, Т. Эггертссон, Р. Коуз	Издержки поиска информации	Управления	«Пробовал разные способы поиска клиентов: и платную рекламу, и бесплатные доски объявлений, деловые форумы, но никаких успехов не было, а на fl.ru мне хватает написать, что я готов выполнить ваш проект, и получаю отклик»	Платформы становятся «биржей» рекламы возможностей, где поставщики конкурируют своими предложениями и «рекламируют» себя (Rangaswamy et al., 2020)	Издержки сокращаются
	Издержки составления контрактов	Сделки	«Функционал «безопасная сделка» для меня, как исполнителя, очень сильно снижает риски» (Fl.ru)	Платформы упрощают подготовку соглашений, их заключение, обеспечивается возможность заключения стандартных форм контрактов и использования цифровой подписи (Shumakova, 2020)	Издержки сокращаются
		Управления	«Есть вопросы по соглашению о сотрудничестве, но у меня нет возможности никак влиять, это же абонентский договор, ты просто к нему присоединяешься и все» (Prof.ru)	Репутационный механизм все больше вытесняет традиционную форму контракта (Nagle et al., 2020)	Издержки трансформируются в риски
	Издержки принуждения исполнения обязательств	Сделки	«Если заказчик захочет не заплатить, то он не заплатит, никакая платформа на это повлиять не сможет» (Avito); «очень часто фрилансеров кидают, поэтому приходится идти на разные ухищрения» (Fl.ru)	Потенциальные риски мошенничества особенно велики в условиях, когда поставщики и покупатели не общаются лицом к лицу (Dellarocas, 2003)	Издержки трансформируются в риски
		Управления	«Не договорились по цене, он (клиент) вел себя агрессивно, потом оставил негативный отзыв. Мне платформа просто предложила решить в личном плане... они никак не влияют, не помогают, все надо самому решать» (Prof.ru)	Недостаток регулирования и защиты прав агентов платформ является типичным недостатком работы на платформе (Drahokoupil et al., 2017)	

Авторы	Виды трансакционных издержек	Типы трансакций	Мнение респондентов об издержках на платформах O2O	Механизмы на платформах O2O	Влияние платформ O2O на размер издержек
Д. Норт, Т. Эггертссон, Р. Коуз	Издержки принуждения исполнения обязательств	Рационализация	«Платформа никак не контролирует сделки» (Avito)	Отсутствие эффективных механизмов разбирательств между поставщиками услуг и покупателями на платформе ведет к перекладыванию рисков на поставщиков услуг, которые могут вообще не получить оплату, если клиент сочтет качество их работы неадекватным (Drahokoupil et al., 2017)	
		Сделки	«Сокращение времени, сокращение издержек, повышение КПД, повышение прибыльности, потому что не тратишь на аренду, на документооборот с бумажками, есть цифровые подписи, возможность уделить больше времени заказу» (Profi.ru)	Платформы упрощают отслеживание транзакций и экономят время всех участников сделки (Shumakova, 2020)	
П. Милгром, Дж. Робертс	Издержки координации	Управления	«Нет необходимости ходить на работу, поэтому могу выполнить больший объем работы» (Avito)	Платформенная технология способствует более гибкому графику работы, предпочтительному для большинства работников (Drahokoupil et al., 2017)	Издержки сокращаются
		Рационализация	«Специалистов здесь надо даже больше защищать, потому что недобросовестных клиентов больше» (Profi.ru)	Поставщиков платформы следует рассматривать как наемных работников и предоставлять им возможность коллективного отстаивания своих прав, вести коллективные переговоры относительно вознаграждения за работу (Drahokoupil et al., 2017)	
		Сделки	«Стараюсь не брать заказы, которые могут как-то занижить мой рейтинг» (Fl.ru)	Аккумулятивное поведение больших данных стимулирует работников к ответственному поведению (Drahokoupil et al., 2017)	
	Издержки мотивации				Издержки сокращаются

Авторы	Виды транзакционных издержек	Типы транзакций	Мнение респондентов об издержках на платформах O2O	Механизмы на платформах O2O	Влияние платформ O2O на размер издержек
П. Милгром, Дж. Робертс	Издержки мотивации	Управления	«Бывало так, что конкуренты специально писали плохие отзывы, чтобы занижить оценку» (Avito); «сама платформа продает рейтинг» (Fl.ru)	Многие операторы платформ ввели возможность получить известность или приоритет в обмен на денежную отдачу (Krämer, Schnurr, 2018)	Издержки трансформируются в риски
Д. Норт, Т. Эггертсон	Издержки мониторинга	Сделки	«Мне система рейтингования пользователей нравится, потому что у меня высокий рейтинг» (Fl.ru)	Платформы интегрируют репутационный механизм и механизм мониторинга, а также стандартные механизмы страхования от мошенничества (Drahokoupil et al., 2017)	Издержки сокращаются
		Управления	«Возможность оценивать клиента тоже нужна, это важно. Опции для взаимодействия между мной, Profi и клиентом надо расширить, чтобы сделать эту платформу живее» (Profi.ru)	Платформы представляют собой не просто маркетплейсы рабочей силы, а интегрируют в себе механизмы мониторинга поведения поставщиков и контролируют их с юридической точки зрения (Drahokoupil et al., 2017)	Издержки трансформируются в риски
	Издержки защиты от третьих лиц	Сделки	«Никто не может гарантировать полную безопасность, и эту ответственность берешь на себя» (YouDo); «я сейчас пишу заявление в суд, упоминая платформу, но непонятно пока, как это может быть использовано в суде» (YouDo)	Необходимость сохранения персональных данных на платформах порождает спрос на новые виды защиты контрактов (Coffee, Sale, Henderson, 2015)	Издержки трансформируются в риски
		Управления	«За два месяца с момента регистрации я предоставила все данные: и по ИП, и паспортные, у меня не было спам-звонков, как это обычно бывает» (Profi.ru); «все эти пользовательские соглашения только для того, чтобы снять ответственность с компаний при утечке персональных данных» (Youla)	Расходы на работу систем безопасности несет только платформа, однако данные расходы в конечном итоге могут быть переложены на потребителей или покрываться за счет информации, полученной от пользователей или рекламодателей (Nagle et al., 2020)	

Авторы	Виды трансакционных издержек	Типы трансакций	Мнение респондентов об издержках на платформах O2O	Механизмы на платформах O2O	Влияние платформ O2O на размер издержек
Д. Норт, Т. Этертссон	Издержки защиты от третьих лиц	Рационализация	«Я – ИП, у меня официальное оказание услуг с документами, я плачу налог, я могла бы подавать в суды, но затраты на это все несоизмеримы» (profi.ru)	Платформы делают возможным применение технологии облачных вычислений в рамках арбитража (Сафрончук, 2018)	
	Издержки ведения переговоров	Сделки	Получается, что «он (заказчик) ничем не рискует, рискует исполнитель» (YouDo)	С ростом трансакционных издержек продолжительность переговоров уменьшается, а частота – увеличивается (Crampton, 1991)	Издержки сокращаются
		Управления	«Не надо присылать диплом, сертификаты. Любой человек может назвать себя преподавателем и проводить занятия» (Youla)	Сбор цифровых данных о работах в сочетании с рейтинговым пользователем позволяет платформе оперировать массивом данных о работниках, принимать на основе этих данных решения о найме, мотивации, увольнении (Karoog, 2021)	Издержки трансформируются в риски
Д. Норт	Издержки спецификации и защиты прав собственности	Сделки	«Большое количество студий забывают откликами любой проект... платформа не борется со спам-рассылками» (Fl.ru); «Платформа, очевидно, контролируется адвокатскими бюро или какими-то корпоративными структурами, и я заметила, что частников меньше, больше адвокатских контор, которые быстро, как коршуны, расхватывают заказы. Соответственно, мне, как частнику, без влияния, остаются заказчики мелкие, времени моего тратится больше, доход меньше» (Profi.ru)	«Спонсируемая известность» означает, что платформа направляет тех пользователей, которые склонны следовать рекомендациям платформ, к спонсируемому поставщику, что, в свою очередь, увеличивает спрос на этого поставщика» (Krämer, Schnurr, 2018); низкая заработная плата, отсутствие страхования и контроля над рабочим временем – основные пункты критики платформ (Drahokoupil et al., 2017)	Издержки трансформируются в риски

Авторы	Виды транзакционных издержек	Типы транзакций	Мнение респондентов об издержках на платформах О2О	Механизмы на платформах О2О	Влияние платформ О2О на размер издержек
Д. Норт	Издержки спецификации и защиты прав собственности	Управления	«Платформа должна давать возможность себя презентовать» (Profi.ru); «доход нестабильный» (YouDo)	Рост числа рабочих мест на платформе по требованию смещает риски в сторону поставщиков платформ и оказывает давление на работников, которые сталкиваются с неуверенностью в отношении своих будущих доходов и занятости (Drahokoupil et al., 2017)	
		Сделки	«Старалась дать максимум информации, бесплатного общения, потому что есть вещи, которые человек не знает, что с ними делать, и я старалась упростить решение вопроса» (Profi.ru)	Некоторые платформы могут действовать в интересах продвижения отдельных продуктов или услуг (Krämer, Schniurr, 2018)	
	Издержки следования идеологическим установкам	Управления	«Сумма отклика или сумма стоимости абонемента слегка высока, мне кажется, им надо варьировать – начал человек только оказывать услуги, какой у него пул заказов, потому что бывает, что ты в нуле» (Profi.ru)	Использование цифровых следов для работы репутационных механизмов приводит к искусственному завышению качества отзывов, а также предвзятости со стороны потребителя к «новичкам», еще не имеющим отзывов (Nagle et al., 2020)	Издержки трансформируются в риски
		Сделки	«Никто не ставит оценок, непопулярен этот сервис, людям не очень интересно» (Avito); «конкуренты специально писали плохие отзывы, чтобы занижить оценку» (Avito); «сейчас я работаю больше на отзывы, так как у меня был большой перерыв ... на платформу очень трудно войти» (YouDo)	Рейтинговые системы на платформах могут повышать некоторые внутренние барьеры для новых пользователей, затрудняя создание репутации в сети (Epinav et al., 2016); «спонсируемое ранжирование может иметь очень разные последствия» (Krämer, Schniurr, 2018)	
	Издержки необходимости измерений	Управления	«Понимаю, что надо постоянно рейтинг поднимать, но чтобы было много отзывов, надо делать все время какие-то мелкие работы» (Profi.ru)	Интернет-рейтинговые системы могут иногда приводить к появлению несправедливых или неадекватных оценок качества (Krämer, Schniurr, 2018)	

Источник: Составлена авторами.

Таким образом, проанализировав различные виды транзакционных издержек, возникающих в разных транзакциях, для разных платформенных акторов: сделки – между поставщиками и клиентами на платформе, управления – между платформой и поставщиками, рациионирования – между платформой и регулятором, мы подтвердили вывод Ю. Драхокупила и А. Пясны (Drahokoupil, Piasna, 2017) о том, что, помимо снижения транзакционных издержек, на платформах происходит перераспределение затрат или рисков между участниками рынка.

В результате проведенного анализа пяти платформ О2О по всем видам издержек было сделано два основных вывода: первый, наиболее распространенный в исследованиях, – о сокращении отдельных транзакционных издержек и второй – о трансформации издержек в риски. В случае если сокращение издержек определялось для обеих сторон конкретного вида транзакции, гипотеза о сокращении подтверждалась, в случае если для конкретного вида транзакции динамика издержек для сторон взаимодействия на платформе различалась, подтверждалась гипотеза о трансформации издержек в риски. Это означает, что для одной стороны в результате перевода конкретного вида взаимодействия на платформу при одних обстоятельствах (факторах) издержки могут вырасти, при других – сокращаться. Анализ таких зависимостей и уровень их влияния является предметом дальнейших исследований. Задачей настоящей статьи было классифицировать и оценить транзакционные издержки на платформах О2О с целью выявления необходимости регулирования и определения возможной роли регулятора.

Проведенный анализ показывает, что владельцы платформ в целом стремятся избегать ответственности за риски, которые угрожают участникам (Паркер и др., 2017), поэтому перераспределение затрат и рисков должно опосредоваться институтами или правилами (Drahokoupil, Piasna, 2017).

Вопросы регулирования цифровых платформ

Несмотря на преимущества создания ценности цифровыми платформами, государственные органы должны осознавать потенциальные риски и конфликты между платформой и общественными ценностями (Ranchordás, Goanta, 2020). Для содействия конкуренции регуляторы встают перед необходимостью бороться с монопольной властью платформ и экосистем. Это вызов для правительств большинства стран, осуществляющих цифровую трансформацию экономики и общества, поскольку одновременно следует предусмотреть гибкое регулирование отношений участников платформ на уровне принципов с передачей регулятивных функций негосударственным институтам, а также обеспечить развитие и защиту общественных ценностей. Как было сказано в начале статьи, только совместное регулирование государства и бизнеса сможет сбалансировать общественные ценности с ценностями платформы. Это означает, что «объективно назрела необходимость в переходе к модели менеджмента публичных ценностей, когда управленческие действия государства

стремятся соизмерять себя с действием расширяющегося поля публичных акторов» (Сморгунов и др., 2014, с. 149).

Целесообразность перехода к формированию принципов и механизмов новой концепции госуправления подтверждается также результатами проведенного исследования.

Во-первых, большинство респондентов поддерживает необходимость внешнего арбитра на платформе O2O в случае серьезных конфликтов и мошенничества. Однако он должен быть прозрачным и понятным и для специалистов, и для заказчиков, и для самой платформы, а также обеспечивать возможность развития платформенной бизнес-модели при одновременной защите от злоупотреблений со стороны платформы. Такой механизм может появиться исключительно при согласовании интересов государства, бизнеса и граждан на основе балансировки системы общественных ценностей, которая должна стать важнейшей задачей системы государственного управления.

Во-вторых, многие респонденты отмечали неоднозначный статус поставщиков на платформах O2O. Поскольку оформление статуса самозанятого обеспечивало прозрачность деятельности поставщиков, целесообразным было бы включение в состав O2O платформы государственных сервисов по получению статуса самозанятого или индивидуального предпринимателя и иных связанных услуг. Однако если вводить обязательные требования к оформлению статуса самозанятого или индивидуального предпринимателя и госконтроль за этим, дополнительно к уже действующим требованиям и механизмам платформ, большинство не имеющих соответствующего статуса пользователей перейдут к «серым схемам», что приведет к существенному росту случаев мошенничества. Данная проблема опять-таки может быть решена только путем заключения общественного договора между государством, предпринимателями и владельцами платформ.

В-третьих, проведенный анализ транзакционных издержек продемонстрировал, что на платформах O2O в зависимости от типа транзакции многие издержки трансформируются в риски платформенных акторов. Считаем, что оценка таких рисков может стать предметом дальнейших исследований. При этом очевидно, что в результате снижения и трансформации транзакционных издержек в институциональной среде назревают проблемы регулирования деятельности новых институциональных структур. В итоге цифровизация приводит к росту транзакционных издержек на создание и работу институциональной среды, обеспечивающей работы цифровых платформ, порождая новые виды транзакционных издержек. Их можно охарактеризовать как *издержки институционализации*. Для нивелирования данной проблемы целесообразно рассмотреть возможность замещения институтов цифровыми алгоритмами (Drahokoupil, Piasna, 2017), что является серьезнейшим вызовом для действующей системы госуправления.

Существенным образом должна измениться и роль государства как регулятора на платформе. Необходимо не регулировать деятельность цифровых платформ O2O, а сформировать новый институт курирования

платформ, по образцу с действующими механизмами платформенного курирования. Это означает, что посредством алгоритмизированных репутационных, арбитражных, антимонопольных институтов регулятор сможет содействовать и стимулировать развитие платформенных механизмов и принципов, которые способствуют созданию и развитию общественных ценностей, и, наоборот, предотвращать (нивелировать) те их элементы и (или) механизмы, которые дискриминируют общественные ценности на платформах О2О.

Заключение

Проанализировав цифровые платформы О2О, мы увидели, что они, расширяя возможности совместного использования ограниченных ресурсов в экономике совместного потребления, позволяют:

- 1) усилить конкуренцию и способствовать возникновению новых бизнес-моделей и новых форм предпринимательской деятельности;
- 2) сократить транзакционные издержки и повысить прозрачность экономических транзакций;
- 3) ускорить бизнес-процессы и повысить производительность труда;
- 4) повысить качество жизни за счет улучшения удовлетворения потребностей, повышения доступности товаров и услуг, адаптации существующих продуктов и услуг к требованиям потребителей;
- 5) повысить экономическую активность и способствовать созданию новых продуктов и услуг;
- 6) упростить процесс вовлечения в предпринимательскую деятельность начинающих специалистов.

При этом платформы О2О, выступая в качестве посредников между поставщиками и потребителями товаров и услуг, становятся новыми экономическими агентами и оказывают значительное влияние на участников платформы и на сделки между ними. В рамках проведенного исследования мы рассмотрели, какие виды издержек для каких транзакций на платформах будут сокращаться, а какие – трансформироваться в риски для разных сторон платформенного взаимодействия. Таким образом, формируется новый институциональный механизм цифровой экономики, который нуждается в дальнейшем исследовании.

Опираясь на типологию общественных ценностей (Bannister, Connolly, 2014), на основе анализа академической литературы и результатов полуструктурированных интервью с участниками пяти цифровых платформ О2О (YouDo, Youla, Profi.ru, Avito, Fl.ru) мы показали влияние платформ О2О на общественные ценности. Проведенное исследование подтвердило, что нормативное вмешательство со стороны регулятора должно основываться на концепции Управления общественными ценностями, которая позволит найти необходимый баланс между бизнес-интересами владельцев платформ О2О, их клиентами и государством на основе общественных ценностей и стать фундаментом для перехода к новому качеству цифрового государственного регулирования.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М.: ГУ ВШЭ, 2000.
2. Макафи Э., Бриньолфсон Э. Машина, платформа, толпа: наше цифровое будущее. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2020.
3. Паркер Дж., Маршалл А., Санджит Ч. Революция платформ. Как сетевые рынки меняют экономику – и как заставить их работать на вас. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017.
4. Попов Е.В. Экономические институты цифровизации хозяйственной деятельности // Управленец. 2019. Т. 10, № 2. С. 2–10.
5. Сафрончук М.В. Влияние цифровой трансформации на бизнес и деловую среду // Экономика и управление: вопросы, решения. 2018. Т. 3, № 2. С. 38–44.
6. Сморгун Л.В. и др. Публичные ценности и государственное управление. М.: Аспект Пресс, 2014.
7. Экосистемы: подходы к регулированию // Центральный банк Российской Федерации, 2021. URL: https://cbr.ru/Content/Document/File/119960/Consultation_Paper_02042021.pdf.
8. Alford J., O'lynn J. Making sense of public value: Concepts, critiques and emergent meanings // International Journal of Public Administration. 2009. Vol. 32, no. 3–4. P. 171–191.
9. Bannister F., Connolly R. ICT, public values and transformative government: A framework and programme for research // Government Information Quarterly. 2014. Vol. 31, no. 1. P. 119–128.
10. Benington J., Moore M. Public value: Theory and practice. New York, Palgrave Macmillan, 2011.
11. Bozeman B. Public values and public interest: Counterbalancing economic individualism. Georgetown University Press, 2007.
12. Coase R. The Nature of the Firm // Economica New Series. 1937. Vol. 4, no. 16. P. 386–405.
13. Coffee J., Sale H., Henderson M.T. Securities Regulation: Cases and Materials (13th ed.). Foundation Press, 2015. URL: <https://chicagounbound.uchicago.edu/books/816/>.
14. Commons J. Institutional Economics. New York, Macmillan, 1934.
15. Crampton P. Dynamic bargaining with transaction costs // Management Science. 1991. Vol. 37, no. 10. P. 1221–1233.
16. Dellarocas C. The Digitization of Word-of-Mouth: Promise and Challenges of Online Feedback Mechanisms // Management science. 2003. Vol. 49, no. 10. P. 1407–1424.

17. Drahokoupil J., Piasna A. Work in the Platform Economy: Beyond Lower Transaction Costs // *Intereconomics: Review of European Economic Policy*. 2017. Vol. 52. P. 335–340.
18. Eggertsson T. A Note on the Economics of Institutions // *Empirical studies in institutional change*. Cambridge University Press, 1996. P. 6–24.
19. Einav L., Farronato C., Levin J. Peer-to-Peer Markets // *Annual Review of Economics*. 2016. Vol. 8. P. 615–635.
20. Ermolaev K.N., Matveev Yu.V., Trubetskaya O.V., Gromova T.V. Institutional changes and digital economy // *The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences*. 2018. Vol. 57. P. 580–589.
21. Findings and Insights // *World Values Survey*. URL: <https://www.worldvaluessurvey.org/WVSContents.jsp>.
22. Glaser V.L. Design performances: How organizations inscribe artifacts to change routines // *Academy of Management Journal*. 2017. Vol. 60, no. 6. P. 2126–2154.
23. Heimstädt M. Openwashing: A decoupling perspective on organizational transparency // *Technological forecasting and social change*. 2017. Vol. 125. P. 77–86.
24. Hinings B., Gegenhuber T., Greenwood R. Digital innovation and transformation: An institutional perspective // *Information and Organization*. 2018. Vol. 28. P. 52–61.
25. Hofmann S., Sæbø Ø., Braccini A.M., Za S. The public sector's roles in the sharing economy and the implications for public values // *Government Information Quarterly*. 2019. Vol. 36. URL: <https://doi.org/10.1016/j.giq.2019.101399/>.
26. Hultin L., Mähring M. Visualizing institutional logics in sociomaterial practices // *Information and Organization*. 2014. Vol. 24, no. 3. P. 129–155.
27. Jensen M.C., Meckling W.H. Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure // *Journal of financial economics*. 1976. Vol. 3, no. 4. P. 305–360.
28. Jorgensen T., Bozeman B. Public values: An inventory // *Administration and Society*. 2007. Vol. 39, no. 3. P. 354–381.
29. Kapoor A., Tucker C. How Do Platform Participants Respond to an Unfair Rating? An Analysis of a Ride-Sharing Platform Using a Quasi-Experiment // *NET Institute Working Paper*. 2017. No. 17–19. URL: <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3061385>.
30. Kelly G., Mulgan G., Muers S. Creating public value: An analytical framework for public service reform. London, Strategy Unit, Cabinet Office, 2002. URL: <https://strategy.gov.uk/>.
31. Klievink B., Bharosa N., Tan Y.H. The collaborative realization of public values and business goals: Governance and infrastructure of public–private information platforms // *Government Information Quarterly*. 2016. Vol. 33, no. 1. P. 67–79.

32. Krämer J., Schnurr D. Is there a need for platform neutrality regulation in the EU? // *Telecommunications Policy*. 2018. Vol. 42. P. 514–529.
33. Lindgren I., Madsen C.O., Hofmann S., Melin U. Close Encounters of the Digital Kind: A Research Agenda for the Digitalisation of Public Services // *Government Information Quarterly*. 2019. Vol. 36. URL: <https://doi.org/10.1016/j.giq.2019.03.002/>.
34. Mansour O., Ghazawneh A. Value Creation in Digital Service Platforms. 2017. URL: <http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:hh:diva-35736/>.
35. Masyuk N., Bushueva M., Bragina Z. The Institutional Regulatory Environment of the Digital Ecosystem: Theoretical Approach and Russian Experience // *SHS Web of Conferences*. 2020. Vol. 73. URL: <https://doi.org/10.1051/shsconf/202073010>.
36. Milgrom P., Roberts J. Economics, Organization and Management // *The Journal of finance*. 2000. Vol. 48, no. 1. URL: <https://doi.org/10.2307/2328903/>.
37. Millard J. Open governance systems: Doing more with more // *Government Information Quarterly*. 2018. Vol. 35, no. 4. P. 77–87.
38. Moore M. *Creating Public Value: Strategic Management in Government*. Cambridge, MA, Harvard University Press, 1995.
39. Nagle F., Seamans R., Tadelis S. Transaction Cost Economics in the Digital Economy: A Research Agenda // *Harvard Business School Strategy Unit Working Paper*. 2020. No. 21–009. URL: <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3661856/>.
40. North D.C. *Transaction costs, institutions, and economic performance*. San Francisco, CA, ICS Press, 1992.
41. Paanakker H., Masters A., Huberts L. *Quality of Governance: Values and Violations*. Palgrave Macmillan, Cham, 2020.
42. Ranchordás S., Goanta C. The New City Regulators: Platform and Public Values in Smart and Sharing Cities // *Computer law & security review*. 2020. Vol. 36. URL: <https://doi.org/10.1016/j.clsr.2019.105375/>.
43. Rangaswamy A., Moch N., Felten C., Bruggen V. The Role of Marketing in Digital Business Platforms // *Journal of Interactive Marketing*. 2020. Vol. 51. P. 72–90. URL: <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2020.04.006>.
44. Shumakova O. Transaction Costs in the New Age of Digital Economy // *IOP Conference Series Materials Science and Engineering*. 2020. Vol. 873. URL: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1757-899X/873/1/012013/meta>.
45. Sutherland W., Jarrahi M.H. The Sharing Economy and Digital Platforms: A Review and Research Agenda. // *International Journal of Information Management*. 2018. Vol. 43. P. 328–341.
46. Turkel E., Turkel G. Public value theory: Reconciling public interests, administrative autonomy and efficiency // *Review Public Administration Management, an Open access journal*. 2016. Vol. 4, no. 2. URL: <https://www.academia.edu/28178522/>.

47. Twizeyimana J. D., Andersson A. The public value of E-Government – A literature review // *Government Information Quarterly*. 2019. Vol. 36, no. 2. P. 167–178.
48. van Dijck J. Governing digital societies: Private platforms, public values // *Computer law & security review*. 2020. Vol. 36. URL: <https://doi.org/10.1016/j.clsr.2019.105377/>.
49. Vasiliev V.P., Dekhanova N.G., Kholodenko Y.A. Social Factors in the Digital Government Formation in Russia // *Postmodern Openings*. 2020. Vol. 11, no. 2. P. 317–326.
50. Williamson O. The Theory of the Firm as Governance Structure: From Choice to Contract // *Journal of economic perspectives*. 2002. Vol. 16, no. 3. P. 171–195.
51. Williamson O. *Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications*. New York, Macmillan Publishers, 1975.

REFERENCES

1. Kastels, M. (2000) *The Information Age. Economy, society and culture*. Moscow: HSE. (In Russian).
2. McAfee, A. and Brynjolfsson, E. (2020) *Machine, platform, crowd: Harnessing our digital future*. N.Y., London: W. W. Norton & company.
3. Parker, Dzh., Marshall, A. and Sandzhit, CH. (2017) *Platform revolution. How networked markets are transforming the economy – and how to make them work*. Moscow: Mann, Ivanov and Ferber. (In Russian).
4. Popov, E.V. (2019) 'Economic institutions of digitalization of economic activity', *The Manager*, 10(2), pp. 2–10. (In Russian).
5. Safronchuk, M.V. (2018) 'Impact of digital transformation on business and the business environment', *Economics and management: problems, solutions*, 3(2), pp. 38–44. (In Russian).
6. Smorgunov, L.V. et al. (2014) *Public values and public administration*. Moscow: Aspekt Press. (In Russian).
7. Ecosystems: Approaches to regulation (2021) *Bank of Russia*. Available at: https://cbr.ru/Content/Document/File/119960/Consultation_Paper_02042021.pdf (accessed 10 May 2021). (In Russian).
8. Alford, J. and O'flynn, J. (2009) 'Making sense of public value: Concepts, critiques and emergent meanings', *International Journal of Public Administration*, 32(3-4), pp. 171–191.
9. Bannister, F. and Connolly, R. (2014) 'ICT, public values and transformative government: A framework and programme for research', *Government Information Quarterly*, 31(1), pp. 119–128.

10. Benington, J. and Moore, M. (2011) *Public value: Theory and practice*. New York: Palgrave Macmillan.
11. Bozeman, B. (2007) *Public values and public interest: Counterbalancing economic individualism*. Georgetown University Press.
12. Coase, R. H. (1937) 'The nature of the firm', *Economica New Series*, 4(16), pp. 386–405.
13. Coffee, J., Sale, H. and Henderson, M.T. (2015) *Securities Regulation: Cases and Materials* (13th ed.). Foundation Press.
14. Commons, J. (1934) *Institutional Economics*. New York: Macmillan.
15. Crampton, P. (1991) 'Dynamic bargaining with transaction costs', *Management Science*, 37(10), pp. 1221–1233.
16. Dellarocas, C. (2003) 'The digitization of word-of-mouth: Promise and challenges of online feedback mechanisms', *Management science*, 49(10), pp. 1407–1424.
17. Drahekoupil, J. and Piasna, A. (2017) 'Work in the platform economy: Beyond lower transaction costs', *Intereconomics: Review of European Economic Policy*, 52, pp. 335–340.
18. Eggertsson, T. (1996) 'A note on the economics of institutions', *Empirical studies in institutional change*. Cambridge University Press.
19. Einav, L., Farronato, C. and Levin, J. (2016) 'Peer-to-Peer Markets', *Annual Review of Economics*, 8, pp. 615–635.
20. Ermolaev, K.N., Matveev, Yu.V., Trubetskaya, O.V. and Gromova, T.V. (2018) 'Institutional changes and digital economy', *The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences*, 57, pp. 580–589.
21. Findings and Insights (2021) *World Values Survey*. Available at: <https://www.worldvaluessurvey.org/WVSContents.jsp> (accessed 7 June 2021).
22. Glaser, V.L. (2017) 'Design performances: How organizations inscribe artifacts to change routines', *Academy of Management Journal*, 60(6), pp. 2126–2154.
23. Heimstädt, M. (2017) 'Openwashing: A decoupling perspective on organizational transparency', *Technological forecasting and social change*, 125, pp. 77–86.
24. Hinings, B., Gegenhuber, T. and Greenwood, R. (2018) 'Digital innovation and transformation: An institutional perspective', *Information and Organization*, 28, pp. 52–61.
25. Hofmann, S., Sæbø, Ø., Braccini, A.M. and Za, S. (2019) 'The public sector's roles in the sharing economy and the implications for public values', *Government Information Quarterly*, 36. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.giq.2019.101399/> (accessed 15 May 2021).
26. Hultin, L. and Mähring, M. (2014) 'Visualizing institutional logics in sociomaterial practices', *Information and Organization*, 24(3), pp. 129–155.

27. Jensen, M.C. and Meckling, W.H. (1976) 'Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure', *Journal of financial economics*, 3(4), pp. 305–360.
28. Jorgensen, T. and Bozeman, B. (2007) 'Public values: An inventory', *Administration and Society*, 39(3), pp. 354–381.
29. Kapoor, A. and Tucker, C. (2017) 'How do platform participants respond to an unfair rating? An analysis of a ride-sharing platform using a quasi-experiment', *NET Institute Working Paper*, 2017, pp. 17–19. Available at: <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3061385> (accessed 4 May 2021).
30. Kelly, G., Mulgan, G. and Muers, S. (2002) 'Creating public value', *London, Cabinet Office*. Available at: <https://strategy.gov.uk/> (accessed 17 May 2021).
31. Klievink, B., Bharosa, N. and Tan, Y.H. (2016) 'The collaborative realization of public values and business goals: Governance and infrastructure of public-private information platforms', *Government Information Quarterly*, 33(1), pp. 67–79.
32. Krämer, J. and Schnurr, D. (2018) 'Is there a need for platform neutrality regulation in the EU?', *Telecommunications Policy*, 42, pp. 514–529.
33. Lindgren, I., Madsen, C.O., Hofmann, S. and Melin, U. (2019) 'Close encounters of the digital kind: A research agenda for the digitalisation of public services', *Government Information Quarterly*, 36. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.giq.2019.03.002/> (accessed 8 May 2021).
34. Mansour, O. and Ghazawneh, A. (2017) *Value creation in digital service platforms*. Available at: <http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:hh:diva-35736/> (accessed 20 May 2021).
35. Masyuk, N., Bushueva, M. and Bragina, Z. (2020) 'The institutional regulatory environment of the digital ecosystem: Theoretical approach and Russian experience', *SHS Web of Conferences*, 73. Available at: <https://doi.org/10.1051/shsconf/202073010> (accessed 17 May 2021).
36. Milgrom, P. and Roberts, J. (2000) 'Economics, Organization and Management', *The Journal of finance*, 48(1). Available at: <https://doi.org/10.2307/2328903/> (accessed 15 May 2021).
37. Millard, J. (2018) 'Open governance systems: Doing more with more', *Government Information Quarterly*, 35(4), pp. 77–87.
38. Moore, M. (1995) *Creating Public Value: Strategic Management in Government*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
39. Nagle, F., Seamans, R. and Tadelis, S. (2020) Transaction cost economics in the digital economy: A research agenda. *Harvard Business School Strategy Unit Working Paper*. Available at: <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3661856/> (accessed 4 June 2021).
40. North, D.C. (1992) *Transaction costs, institutions, and economic performance*. San Francisco, CA: ICS Press.

41. Paanakker, H., Masters, A. and Huberts, L. (2020). *Quality of Governance: Values and Violations*. Palgrave Macmillan, Cham.
42. Ranchordás, S. and Goanta, C. (2020) 'The new city regulators: Platform and public values in smart and sharing cities', *Computer law & security review*, 36. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.clsr.2019.105375/> (accessed 30 May 2021).
43. Rangaswamy, A., Moch, N., Felten, C. and Bruggen, V. (2020) 'The role of marketing in digital business platforms', *Journal of Interactive Marketing*, 51, pp. 72–90. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2020.04.006> (accessed 30 May 2021).
44. Shumakova, O. (2020) 'Transaction costs in the new age of digital economy', *IOP Conference Series Materials Science and Engineering*, 873. Available at: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1757-899X/873/1/012013/meta> (accessed 6 June 2021).
45. Sutherland, W. and Jarrahi, M.H. (2018) The sharing economy and digital platforms: A review and research agenda. *International Journal of Information Management*, 43, pp. 328–341.
46. Turkel, E. and Turkel, G. (2016) 'Public value theory: Reconciling public interests, administrative autonomy and efficiency', *Review Public Administration Management, an Open access journal*, 4(2). Available at: <https://www.academia.edu/28178522/> (accessed 5 May 2021).
47. Twizeyimana, J.D. and Andersson, A. (2019) 'The public value of E-Government – A literature review', *Government information quarterly*, 36(2), pp. 167–178.
48. van Dijck, J. (2020) 'Governing digital societies: Private platforms, public values', *Computer law & security review*, 36. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.clsr.2019.105377/> (accessed 5 June 2021).
49. Vasiliev, V.P., Dekhanova, N.G. and Kholodenko, Y.A. (2020) 'Social factors in the digital government formation in Russia', *Postmodern Openings*, 11(2), pp. 317–326.
50. Williamson, O. (1975) *Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications*. New York: Macmillan Publishers.
51. Williamson, O. (2002) 'The Theory of the firm as governance structure: From choice to contract', *Journal of economic perspectives*, 16(3), pp. 171–195.

Статья поступила в редакцию 16.06.2021;
одобрена после рецензирования 28.11.2021;
принята к публикации 27.05.2022.