

Международное патентное предпринимательство: кейс цифровой платформы¹

Е.В. Попов, В.Л. Симонова

УДК 334.021.1

DOI: 10.30680/ECO0131-7652-2025-3-134-149

Аннотация. В работе представлена характеристика платформенной деятельности в сфере международного патентного предпринимательства, основанная на анализе существующего разнообразия типов цифровых платформ, а также на результатах опроса участников платформенных взаимодействий. Полученные результаты отражают вопросы создаваемой ценности на платформе для ее участников, изменения пропорций распределения рыночной власти как между членами одной группы, так и между группами участников, а также зависимость реализуемого сетевого эффекта от методов управления платформой.

Ключевые слова: платформенная экономика; цифровые платформы; международное патентное предпринимательство

Введение

Начиная с 2000-х годов наблюдается бурное развитие цифровых платформ в экономической деятельности. Сегодня уже можно говорить о феномене платформенной экономики, который поддается изучению, измерению, оценке эффективности [Шелепов, 2023]. Цифровые платформы – это не просто технологические конструкции, направленные на организацию взаимодействия с помощью онлайн-технологий, они предлагают новые бизнес-модели, которые существенным образом трансформируют действующие рынки и создают новые [Попов и др., 2023. № 15]. Эффект от их развития ощущается во всех сферах деятельности, в том числе на международном уровне. Компании получили возможность более эффективно и гибко осуществлять трансграничные операции, теснее взаимодействовать с глобальными поставщиками и гораздо быстрее реагировать на запросы и ожидания партнеров и клиентов [Фролова, 2017].

Проведенный авторами анализ научной литературы показал наличие большого разнообразия типов цифровых платформ, которые дифференцируются по сферам деятельности, эффектам воздействия, характеристикам и используемым бизнес-моделям. Полученные результаты использованы для описания деятельности реальной международной платформы управления интеллектуальной собственностью. Патентное предпринимательство, в том числе международное,

¹ Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда и Правительства Свердловской области № 24-18-20036, <https://rscf.ru/project/24-18-20036>

является одним из этапов инновационной деятельности [Гордеев, 2022], управление которой входит в приоритеты развития российской экономики, что дополнительно актуализирует важность настоящей работы.

Цифровые платформы и их типы в научной литературе

Изначально под цифровой платформой понималась технологическая основа организации экономического взаимодействия и, соответственно, определялась она как «технологическая архитектура, позволяющая интегрировать и развивать информационные, вычислительные и коммуникационные возможности использующей ее организации» [Sedera et al., 2016]. В дальнейшем под цифровыми платформами стали понимать не просто технологические решения, но и особые структуры управления, основанные на наборе правил, стандартов и организационных процессов, координирующих действия участников [de Reuver et al., 2018]. При этом в исследованиях часто подчеркивается, что новый способ взаимодействия не может быть определен в терминах обычного рынка с покупателями и продавцами, поскольку он изменяет условия конкуренции и формирует новые источники создания стоимости [Шаститко, Паршина, 2016; Reinartz et al., 2019].

В рамках институциональной экономики цифровые платформы описываются как механизмы управления различными типами участников взаимодействия, использующие цифровые технологии для расширения границ эффективности, компетенции, власти, идентичности и связей [Leong et al., 2019; Исаева, 2022]. Граница эффективности связана с транзакционными издержками, и в этом аспекте цифровые платформы предлагают модель поиска партнеров и координации взаимоотношений с ними с наименьшими затратами, в том числе за счет мгновенного обмена информацией. Граница компетенции определяется возможностями привлечения ресурсов каждым из участников взаимодействия, и в части их расширения платформенный агрегатор сегодня не имеет себе равных, благодаря чему многократно возрастает создаваемая на платформе ценность. Граница идентичности связана с формированием согласия внутри различных групп участников и между ними, что способствует повышению доверия и добросовестности, за этот аспект «отвечают» используемые платформами цифровые технологии и выстроенные алгоритмы взаимодействия. Граница власти определяется влиянием платформы на конфигурацию взаимоотношений и рыночных сил участников посредством контроля их взаимодействий.

Развитие цифровых платформ изменяет систему экономических взаимодействий, трансформируя их в соответствии с типами цифровизации, предложенными М. Пагани и С. Пардо: ориентированная на деятельностные связи, предметно- и ресурсно-ориентированная [Pagani, Pardo, 2017].

Первый тип нацелен на оптимизацию существующей деятельности за счет улучшения координации и организации отношений. Такого рода трансформационное воздействие оказывают, например, платформы-агрегаторы (маркетплейсы) [Sorbe et al., 2018]. Они соединяют поставщиков услуг и потребителей (продавцов

и покупателей), предоставляя им быстрые, удобные и недорогие инструменты поиска, обзора, рейтинга и т.п., уменьшающие информационную асимметрию между сторонами сделки, усиливающие конкуренцию поставщиков, что в итоге создает сильные стимулы для повышения качества услуг и снижения цен.

Предметно-ориентированный тип воздействия предполагает создание новых связей между участниками, которые были бы невозможны вне платформы. К этому типу принадлежат платформы-«разрушители» (например, Uber, Airbnb) [Rivares et al., 2019], которые за счет инновационной бизнес-модели позволяют новым типам поставщиков продукции и услуг конкурировать с традиционными игроками. «Разрушители» имеют много общих черт с агрегаторами, часто используют аналогичные инструменты (например, системы обзора и рейтинга), но оказывают сильное воздействие на саму рыночную структуру, создавая новые каналы конкуренции и технологические шоки для сложившихся в доплатформенной экономике рынков.

Ресурсно-ориентированная трансформация обеспечивается сочетанием цифровых ресурсов разных агентов, что приводит к созданию новых видов деятельности. Воздействие такого типа оказывают технологические (например, 1С) и промышленные платформы (например, IIOT Platform). Оба типа платформ являются многосторонними, объединяющими различные группы участников², привлечение которых повышает общую потребительскую ценность платформы [Маркова, 2023; Alstine et al., 2017]. При этом промышленные платформы связаны с цифровой серветизацией [Leminen et al., 2018; Jovanovic et al., 2021]. Их трансформационное воздействие опирается на сложные сквозные цифровые технологии, включая интернет вещей, большие данные, искусственный интеллект и пр., посредством которых потребителям оказываются такие услуги, как профилактическое обслуживание и/или оптимизация бизнес-процессов и продуктов [Акбердина, Пьянкова, 2021; Попов и др., 2023. № 3].

Обзор литературы по цифровым платформам позволяет говорить о многообразии практик платформенного взаимодействия в хозяйственной деятельности, различающихся по сложности организации и используемым механизмам управления.

Так, в зависимости от организационной сложности можно выделить информационно-коммуникационные (например, платформы вакансий) и транзакционные платформы (например, платформы закупок для предприятия, маркетплейсы и пр). Первые выступают в роли агрегатора объявлений, гарантируя их видимость и обеспечивая определенный контроль качества сообщений. При этом взаимодействие между участниками спроса и предложения осуществляется напрямую, владелец в него практически не вмешивается. Второй тип (транзакционный)

² Так, участниками платформы 1С, кроме потребителей и владельца платформы и базового продукта, являются разработчики дополнительных цифровых услуг, а также провайдеры, поставщики, посредники, продвигающие продукт платформы и оказывающие вспомогательные услуги потребителям.

предполагает активное участие владельца платформы в организации взаимодействия между сторонами. Он может устанавливать правила, обеспечивать информационную, логистическую поддержку, платежное сопровождение и т.д. При этом взаимодействие на платформе может быть как двусторонним (продавец/покупатель или поставщик/потребитель), так и многосторонним, предполагающим привлечение широкого круга поставщиков и партнеров, участвующих в создании стоимости для конечного потребителя. В случае многосторонних платформ (например, как китайская платформа Damaï, описанная в одном из исследований [Leong et al., 2019]) осуществляется сложная организация взаимодействия на платформе, использующая сразу несколько типов сетей участников – диадическую (подразумевающую прямые отношения между участниками и организатором платформы); внешне связанную (организация взаимодействия между участниками различных групп на базе платформы); и внутри связанную (взаимодействие между участниками одной группы на базе платформы). При этом участники на платформе могут взаимодополнять друг друга и использовать платформу для организации совместной работы (например, на краудфандинговых или технологических платформах), либо платформа может объединять участников, которые создают конкурирующие товары и услуги [Boudreau, Lakhani, 2016].

С точки зрения моделей управления эксперты выделяют централизованные (такие как Zircar), децентрализованные (AirBnB) и гибридные (Uber) платформы [Гелисханов и др., 2018]. В рамках централизованного подхода собственник платформы владеет существенным активом и определяет условия ценообразования, контролирует качество и стандарты сопутствующих товаров и услуг, влияющих на общую ценность, создаваемую на платформе. Роль децентрализованной платформы сводится к организации транзакции, при этом условия сделки определяются участниками платформы самостоятельно. В гибридной модели ряд аспектов функционирования платформы определяется владельцем (например, стандартизация и уровень обслуживания), другие остаются в зоне ответственности участников (например, владение активами, принимаемые риски и пр.).

Важным элементом модели управления платформой является используемый подход к монетизации [Torregrossa, 2018], который влияет на реализацию сетевого эффекта. По этому критерию выделяют рекламную модель, комиссионерскую и абонентскую (предлагающую подписку на свои услуги или платное подключение) [Xing et al., 2017]. На практике наиболее распространены платное подключение и комиссия за транзакции. Они имеют различные эффекты как для участников, так и для самой платформы. В случае единовременной платы за подключение эффективность платформы для участника связывается с размером платежа, который в свою очередь зависит от числа участников (сетевой эффект) [Constantinides et al., 2018]. В этом случае участники заинтересованы в увеличении количества пользователей. Если же модель предполагает получение комиссии за транзакцию, важность сетевого эффекта ослабевает: плателющику не нужно беспокоиться о том, насколько хорошо платформа привлекает новых пользователей. Поэтому для нахождения баланса между группами участников платформе необходимо

обеспечить оптимальное распределение комиссии в соответствии с принципом нейтральности [Hagiu, Wright, 2015].

Платформенная экономика развивается во всех сферах деятельности, но с разной интенсивностью. *В сфере управления интеллектуальной деятельностью* широкое распространение получили поисковые и информационно-коммуникационные платформы при соответствующих правительственных ведомствах различных стран и международных организаций. Поисковые платформы (Erapatis, Patentscope, Яндекс.Патент, Google Patents и многие другие) предоставляют доступ к патентной документации как регионального, так и международного уровня. С их помощью можно произвести поиск зарегистрированных объектов интеллектуальной собственности, получить информацию для проверки на новизну, проанализировать тенденции научно-технологического развития. Ряд платформ может предложить расширенные услуги, например, поиск с помощью специалиста (DEPATISnet).

Цифровые платформы патентных ведомств направлены на автоматизацию взаимодействия с заявителями и решают вопросы подготовки и подачи online-заявок, отслеживания статусов, ведение реестров объектов интеллектуальной собственности компаний, предоставляют сервисы по управлению правами на интеллектуальную собственность, таким как заключение лицензионных договоров и договоров отчуждения права [Ивлиев, 2019].

Таким образом, можно сказать, что информационно-коммуникационные платформы получили широкое распространение в сфере регистрации прав интеллектуальной собственности, но при этом есть потребность в улучшении взаимодействия между разработчиками и профессиональными участниками рынка, в частности, в развитии транзакционных цифровых платформ управления интеллектуальной собственностью. Поэтому объектом дальнейшего анализа станет уникальный опыт организации подобной платформы на международном уровне. При этом характеристика данной платформы будет опираться на уже существующие и описанные выше практики организации платформенного взаимодействия с позиции трансформирующего воздействия платформы, сложности ее организации и используемых механизмов управления.

Данные и метод

В качестве исследовательского кейса использована реальная цифровая платформа, организующая взаимодействие между заказчиками и исполнителями на международном рынке регистрации прав интеллектуальной собственности. Это стартап, организованный в 2021 г. Участниками платформы на стороне спроса выступают юридические фирмы и самозанятые в сфере патентования и регистрации товарных знаков, представляющие интересы владельцев интеллектуального продукта, которые планируют расширять свой бизнес за рубежом; на стороне предложения – патентные поверенные, разбирающиеся в технических, юридических и экономических вопросах и имеющие подтвержденное лицензией право представлять клиента в той или иной юрисдикции (чаще всего,

но необязательно, это страна их проживания). Участники могут меняться ролями в зависимости от ситуации. Так, например, патентные поверенные могут являться как исполнителями услуг на территории их страны, так и заказчиками услуг за рубежом от лица своих клиентов.

Участник, регистрируясь на платформе, дает краткую информацию о себе, указывает номер сертификата (или соответствующих документов) и область профессиональных интересов. Платформа обеспечивает их видимость, создает условия для их коммуникации с другими участниками и гарантирует безопасность сделки.

На платформе зарегистрированы более 800 участников из 97 стран мира, данные о количестве пользователей в 10 наиболее «активных» юрисдикциях представлены в таблице.

Рейтинг 10 стран по количеству пользователей платформы

Страна	Число пользователей платформы из страны
Индия	86
Турция	26
США	22
Индонезия	21
Китай	19
Великобритания	13
Германия	13
Бразилия	13
Нигерия	11
Канада	10

Анализ кейса был направлен на оценку результативности использования платформы для ее участников и определения факторов, влияющих на достижение положительных эффектов, а также на анализ возможностей монетизации платформенной деятельности за счет создания дополнительной ценности для участников и применения дополнительных инструментов управления взаимодействиями.

В качестве информационной базы использовались внутриплатформенные данные, касающиеся количества участников и их характеристик, количества и стоимости совершаемых сделок и пр. Кроме того, был проведен опрос среди участников, которые уже несколько месяцев пользовались услугами платформы. Им предлагалось ответить на вопросы анкеты, отражающие их опыт работы на платформе, в частности, об активности их участия, конверсии сделок, эффективности инструментов управления платформой и возможностей их развития. В опросе приняли участие 40 зарегистрированных пользователей из разных стран (рис. 1).

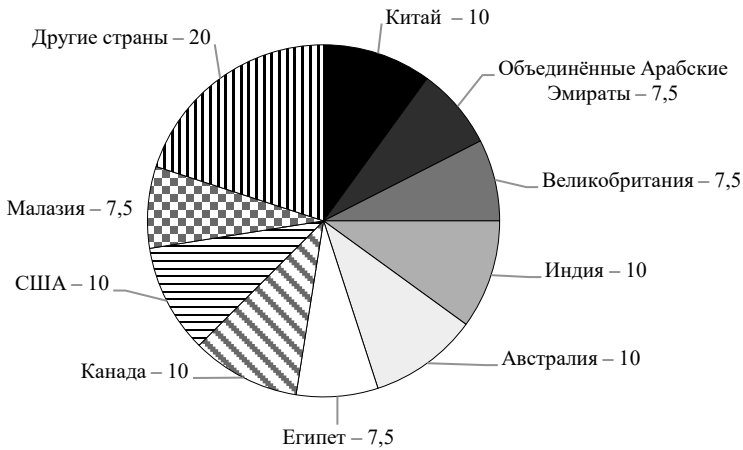


Рис. 1. Распределение участников опроса по странам, %

Результаты исследования

Наиболее многочисленными и активными пользователями платформы являются самозанятые и небольшие компании численностью от 2 до 10 человек. Для них, как правило, это основная площадка по поиску заказов, они чаще заходят на платформу и готовы работать по более низкой цене, способствуя тем самым привлечению клиентов.

Представлены здесь и компании численностью 11–50 человек, а также крупные игроки со штатом более 1000 человек. Последние, как правило, имеют уже сложившиеся долгосрочные партнерские отношения в разных регионах и рассматривают платформу как дополнительный ресурс по расширению деятельности.

Большинство взаимодействий на платформе происходит между исполнителями – патентными поверенными и юридическими фирмами, представляющими интересы владельца бизнеса и/или собственника интеллектуального продукта. Заказчик рассылает потенциальным исполнителям предложение с прописанными условиями заказа и ждет от них ответных предложений по цене. Затем он смотрит, какой исполнитель запрашивает самую низкую цену и выбирает, с кем продолжить взаимодействие. Платформа гарантирует безопасность финансовой стороны сделки для обеих сторон. Сначала клиент пополняет баланс в своём аккаунте, потом подтверждает выбор исполнителя по задаче. После этого необходимая сумма замораживается на его счёту, и исполнитель начинает работу. После завершения работы исполнитель отправляет отчётные документы через чат задачи. Когда клиент одобряет их, деньги перечисляются на аккаунт исполнителя за вычетом комиссии платформы (15% от стоимости услуги).

Результативность взаимодействия на платформе для ее участников оценивалась по двум показателям: доля оплаченных транзакций в общем числе запросов и время, затраченное на поиск и привлечение клиентов.

В первом случае участники должны были ответить, сколько было получено запросов, по которым они начали общение с клиентами (определили условия, в некоторых случаях предоставили письменные консультации о сроках, необходимом пакете документов и подготовили индивидуальное коммерческое предложение), и сколько из них перешли в оплаченные сделки. Доля оплаченных транзакций определялась как отношение оплаченных сделок к общему количеству запросов. На рисунке представлены ответы участников, предоставивших необходимые данные. В целом на каждую оплаченную сделку приходится от 2 до 20 запросов.

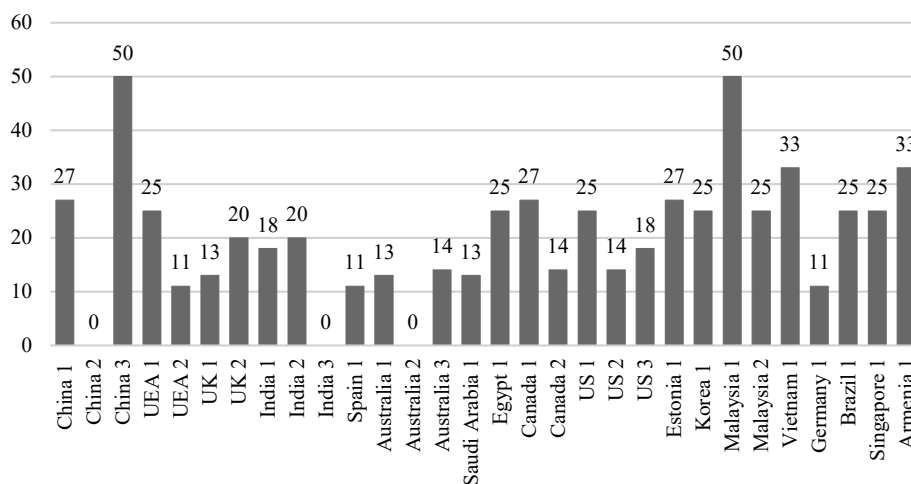


Рис. 2. Доля оплаченных транзакций в общем числе запросов компании-исполнителя, %

Доля оплаченных заказов также использовалась для оценки времени на поиск и привлечение клиента. Для определения данного показателя экспертная оценка времени, затрачиваемого в среднем на одного клиента на платформе, делилась на долю оплаченных транзакций. Поскольку по оценкам пользователей им требуется от 5 минут до 1 часа на обработку каждого запроса и поддержания связи с клиентом, в качестве показателя времени учитывалось среднее время – 30 минут на контакт. В результате при максимальной конверсии (доли оплаченных транзакций), равной 50%, исполнитель тратит в среднем 1,5 часа рабочего времени на привлечение 1 реального клиента. При минимальной конверсии, отличной от нуля (в нашем опросе это 11%), для получения одного оплаченного заказа исполнителю требуется 5 часов.

Как видно на рисунке, бывают случаи с нулевой конверсией (Китай, Индия, Австралия), когда пользователь выставил коммерческие предложения по нескольким заказам, но ни по одному из них его не выбрали исполнителем. Для таких компаний невозможно рассчитать время, необходимое для привлечения 1 клиента.

По оценкам наших респондентов, вне платформы конверсия составляет от 30% до 90%, а затраченное время на одну оплаченную сделку – от 1,2 до 3,3 часа.

В качестве *факторов увеличения доли* оплаченных заказов были рассмотрены стоимость услуг и активность участников на платформе.

По мнению пользователей, решающим фактором при выборе исполнителя является *цена* услуги. Участники с наименьшей стоимостью имеют больше шансов закрыть сделку. Чаще всего это самозанятые адвокаты или небольшие компании, в которых работает не более 10 человек. Крупные фирмы, как правило, устанавливают высокие цены на свои услуги, потому их шансы получить прибыль на платформе намного меньше. Впрочем, крупные и старые американские и европейские компании утверждают, что у них накоплена достаточная база лояльных клиентов, которые приводят к ним своих знакомых. Как правило, они не хотят тратить время на поиск потенциальных клиентов на платформе и снижать стоимость своих услуг, чтобы получить заказ. Исключение составляют крупные компании из стран с небольшим населением или неразвитой системой интеллектуальной собственности. Они используют платформу для выхода на международный рынок и расширения клиентской базы.

Цена сделки определяется уровнем конкуренции: чем больше исполнителей из той или иной страны предоставляют свои услуги на платформе, тем ниже ее средняя стоимость. Кроме того, на платформе существует межстрановая конкуренция. Услуги, связанные с написанием текста патентных заявок, выстраиванием стратегии защиты, могут выполняться исполнителями из разных юрисдикций. Так, исполнители из Индии нередко берутся за написание патентных заявок, регистрируемых в США и странах Европы, при этом стоимость их услуг намного ниже, чем у американских или европейских фирм.

Помимо стоимости услуг доля оплаченных заказов зависит от *активности участника на платформе*. Для определения ее уровня в анкете содержался вопрос, как часто пользователи посещают платформу и общаются с потенциальными клиентами/партнерами. Респонденты могли выбрать один из четырех возможных ответов: один раз в день, один раз в 2–3 дня, один раз в неделю, раз в месяц.

Согласно полученным данным, самые «успешные» пользователи (с наибольшей долей транзакций) отвечают на сообщения клиентов в течение 1–3 рабочих дней. Если время реагирования на заявку превышает неделю, заказ чаще всего уходит к более «быстрому» исполнителю. Расчеты на основе ответов наших респондентов показали, что средняя доля оплаченных заказов составляет 13%, если исполнитель общается с клиентами платформы раз в месяц, 22% – если раз в неделю, и 28% – если раз в 2–3 дня.

Можно также проследить зависимость количества оплаченных транзакций от *динамики числа пользователей платформы*, что, очевидно, объясняется проявлением сетевого эффекта, когда ценность платформы возрастает с увеличением числа участников как на стороне спроса, так и на стороне предложения.

Как показывает рисунок 3а, в абсолютном выражении эффективность платформы для участников действительно заметно растет по мере увеличения их количества. Однако динамика удельного показателя (средняя доля оплаченных транзакций на одного участника – рисунок 3б) говорит о том, что сетевой эффект проявляется не сразу, для его «активации» необходима некоторая минимальная критическая масса участников платформы.

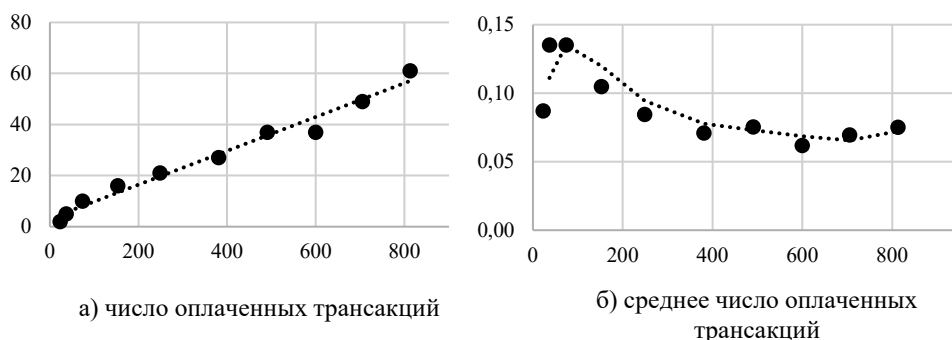


Рис. 3. Зависимость оплаченных транзакций от общего числа участников платформы

Ключевой задачей владельца платформы является создание условий, обеспечивающих удержание существующих и привлечение новых участников платформы. Опрос пользователей позволил выявить следующие *направления развития платформы* в рамках решения данной задачи:

1) повышение информированности участников друг о друге, включая создание публичных карт компаний и отзывы об их работе на платформе. Все респонденты признались, что хотели бы узнать больше об опыте и репутации исполнителей на платформе, что повысило бы уровень доверия;

2) разработка мобильного приложения позволила бы значительно активизировать работу участников платформы. В настоящее время доступ к платформе возможен только через ноутбук или компьютер, но многие участники предпочли бы более оперативное взаимодействие с клиентами вне офиса, с помощью мобильного телефона;

3) разработка системы лояльности, включая, например, реферальные ссылки для исполнителей, переход на подписку при увеличении количества транзакций, создание продуманной и выгодной системы бонусов и т.д.;

4) расширение дополнительных платных опций платформы с фиксированной ежемесячной платой, в том числе:

– приоритетный доступ к запросам в регионе (53% опрошенных пользователей выбрали данную опцию из предложенного списка);

– получение информации о текущем предложении в регионе – минимальной стоимости услуг, среднем размере комиссии, наличии прямого исполнителя или

посредника, количестве совершенных сделок, среднем рейтинге и отзывах без указания названия компаний (39% респондентов);

– безлимитное общение с иностранными адвокатами, дающее возможность общаться с любым исполнителем на платформе, не ограничиваясь конкретной задачей (36% респондентов). Подобное решение может быть реализовано в форме чатов профессионалов;

– почти треть участников отметили как желаемую опцию поддержку персонального менеджера, который поможет им в отправке коммерческих предложений, создании заявок для зарубежных рынков, общении с участниками как на стороне спроса, так и на стороне предложения и пр.

Обсуждение результатов

Если исходить из принципов типологизации, изложенных в первой части статьи, рассмотренная платформа управления интеллектуальной собственностью относится к транзакционным платформам децентрализованного типа (поскольку условия сделки являются индивидуальными и определяются участниками платформы самостоятельно исходя из конкретной ситуации).

Платформа берет на себя функции организации взаимодействия, которые выстраиваются по типу внешне связанных сетей, объединяющих участников на сторонах спроса и предложения. При этом существует возможность развития диадического типа связи, позволяющего пользователям обращаться к менеджерам платформы с целью оптимизации своей деятельности. Концепция внутри связанных сетей в настоящее время не реализуется, но в перспективе рассматривается возможность расширения архитектуры платформы за счет создания каналов коммуникации профессионалов, где участники смогут обсуждать проблемные вопросы и делиться опытом, а также получать информацию в виде обзорных статей о тенденциях развития рынка международного патентного предпринимательства.

Платформа создает дополнительную ценность для пользователей за счет расширения клиентской базы и более удобного способа коммуникации, давая возможность небольшим фирмам войти на рынок, что приводит к изменению структуры рынка за счет усиления конкуренции и давления на цены. С этой точки зрения ее можно считать платформой-дисраптором, поскольку она создает отношения, которые были бы невозможны без ее использования. Однако для крупных международных компаний ее деятельность не является определяющей – для них платформа играет роль дополнительного источника пополнения клиентской базы, так как последняя расширяется главным образом за счет опыта и репутации компании.

Возможности создания большей ценности за счет снижения издержек оппортунизма на платформе реализованы лишь частично – в форме организации безопасной оплаты сделки. При этом остается актуальной проблема снижения асимметрии информации с целью повышения уровня доверия. Решить ее можно за счет расширения сервисов платформы в формате отзывов

и некоего «портфолио», отражающего опыт работы участников. Кроме того, по отзывам наших респондентов, были случаи оппортунизма в отношении самой платформы, когда исполнитель находил заказчика, но обращался к нему с предложением вне платформы, чтобы сэкономить на комиссии. Решение данной проблемы видится в создании большей привлекательности платформы, внедрении системы фиксированных платежей, возможно – в ограничении видимости контактов участников.

Наличие только комиссии от совершенных сделок, как это практикуется в настоящее время, не формирует у участников более высокой заинтересованности использования платформы. Внедрение фиксированных платежей за дополнительный набор сервисов может создать дополнительную привязку участников к платформе и усилить сетевой эффект.

Заключение

Развитие цифровых технологий трансформирует процесс организации взаимодействия и затрагивает все сферы деятельности. Практика платформенного взаимодействия многообразна, но в сфере управления интеллектуальной собственностью широкое распространение получили информационно-коммуникационные платформы. При этом актуальной задачей в данной сфере деятельности является развитие транзакционных платформ.

Результат анализа кейса, представленный в данной статье, показал, что появление таких платформ меняет пропорции распределения рыночных сил участников во взаимодействии. Снижаются барьеры для выхода на рынок новых игроков (некоторые из них вообще не могли бы это сделать без существования цифровых платформ), тем самым преобразуются рыночная структура и условия конкуренции. При этом на международном уровне данный эффект будет сильнее за счет межстрановой конкуренции и возможности привлечения исполнителя на этапе подготовки заявки по более низкой цене из разных юрисдикций.

Транзакционные платформы в некоторой степени решают проблему оппортунизма (в частности, за счет механизма безопасной организации сделки) и асимметрии информации (за счет механизма рейтинга и отзывов), что снижает издержки взаимодействия и делает их привлекательными для участников. При этом ценность платформы также будет определяться дополнительными возможностями, связанными как с расширением стандартных дуальных взаимодействий между исполнителем и заказчиком за счет развития диадических и внутрисвязанных сетей, так и с доступом к информации, генерируемой внутри платформы.

Литература/Reference

Акбердина В.В., Пьянкова С.В. Методологические аспекты цифровой трансформации промышленности // Научные труды ВЭО России. 2021. Т. 227. № 1. С. 292–313. <https://doi.org/10.38197/2072-2060-2021-227-1-292-313>

- Akberdina, V.V., P'yankova, S.V. (2021). Methodological aspects of digital transformation of industry. *Scientific Works of VEO of Russia*. Vol. 227. No. 1. Pp. 292–313. (In Russ.). <https://doi.org/10.38197/2072-2060-2021-227-1-292-313>
- Гелисханов И.З., Юдина Т.Н., Бабкин А.В. Цифровые платформы в экономике: сущность, модели, тенденции развития // Журнал Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономика. 2018. Том 11. № 6. С. 22–36. DOI: 10.18721/JE.11602
- Geliskhanov, I.Z., Yudina, T.N., Babkin, A.V. (2018). Digital platforms in economics: essence, models, development trends. *St. Petersburg State Polytechnical University Journal. Economics*. Vol. 11. No. 6. Pp.22–36. (In Russ.). DOI: 10.18721/JE.11602
- Гордеев М.Н. Неявные механизмы функционирования краудфандинга в России и за рубежом // ЭКО. 2022. № 1. С. 77–95. DOI: 10.30680/ECO0131-7652-2022-1-77-95
- Gordeev, M.N. (2022). Implicit Mechanisms of Crowdfunding in Russia and Abroad. *ECO*. No. 1. Pp. 77–95. (In Russ.). DOI: 10.30680/ECO0131-7652-2022-1-77-95
- Ивлиев Г.П. Цифровой Роспатент: новые возможности для бизнеса // Экономические стратегии, 2019. № 5. С. 16–27. DOI: 10.33917/es-5.163.2019.16-27
- Ivliev, G.P. (2019). Digital Rospatent: New Opportunities for Business. *Economic Strategies*. No. 5. Pp. 16–27. (In Russ.). DOI: 10.33917/es-5.163.2019.16-27
- Исаева А.Э. Цифровая платформа как одна из доминантных бизнес-моделей цифровой экономики // Государственное управление. Электронный вестник Выпуск. 2022. № 91. С. 209–225. DOI: 10.24412/2070-1381-2022-91-209-225
- Isaeva, A.E. (2022). Digital platform as one of the dominant business models of the digital economy. *Gosudarstvennoe upravlenie. Elektronnyi Vestnik*. No. 91. Pp. 209–225. (In Russ.). DOI: 10.24412/2070-1381-2022-91-209-225
- Маркова В.Д. Экосистема уходит в отрыв: кейс российских компаний «1С» и «Галактика» // ЭКО. 2023. № 4. С. 74–92. DOI: 10.30680/ECO0131-7652-2023-4-74-92
- Markova, V.D. (2023). The Ecosystem is Breaking Through: The Case of Russian Companies “1C” and “Galaktika”. *ECO*. No. 4. Pp. 74–92. (In Russ.). DOI: 10.30680/ECO0131-7652-2023-4-74-92
- Попов Е.В., Симонова В.Л., Касинцев В.Э. Межфирменное платформенное взаимодействие: оценка российской практики использования // Вестник Челябинского государственного университета. 2023. Т. 473. № 3. С. 144–155.
- Popov, E.V., Simonova, V.L., Kasintsev, V.E. (2023). Cross-company platform interaction: assessment of Russian practice of using. *Bulletin of Chelyabinsk State University*. Vol. 3. No. 473. Pp. 144–155. (In Russ.).
- Попов Е.В., Симонова В.Л., Черепанов В.В. Трансакционный конфигуратор институтов взаимодействия стейкхолдеров экосистемы прикладной цифровой платформы // Journal of Institutional Studies. 2023. Т. 15. № 4. С. 35–47. DOI: 10.17835/2076-6297.2023.15.4.035-047
- Popov, E.V., Simonova, V.L., Cherepanov, V.V. (2023). Transactional configurator of institutions of interaction of stakeholders of the ecosystem of the applied digital platform. *Journal of Institutional Studies*. No. 15(4). Pp. 35–47. (In Russ.). DOI: 10.17835/2076-6297.2023.15.4.035-047

- Фролова Н.С. Современные тенденции развития международной торговли в условиях глобализации // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ». 2017. Том 9. № 3. <http://naukovedenie.ru/PDF/108EVN317.pdf>
- Frolova, N.S. (2017). Current Trends in the Development of International Trade in the Context of Globalization. *The Eurasian Scientific Journal*. Vol 9. No. 3. (In Russ.). Available at: <http://naukovedenie.ru/PDF/108EVN317.pdf>
- Шаститко Е.А., Паршина Е.Н. Рынки с двусторонними сетевыми эффектами: спецификация предметной области // Журнал современной конкуренции. 2016. Т. 10. № 1. С. 5–18.
- Shastitko, A., Parshina, E. (2016). Two-sided markets: the subject matter specification. *Journal of Modern Competition*. Vol. 10. No. 1. Pp. 5–18. (In Russ.).
- Шелепов А.В. Оценка роли цифровых платформ и экосистем в экономическом развитии // Вестник международных организаций. 2023. Т. 18. № 3. Online First. DOI: 10.17323/1996-7845-2023-03-08
- Shelepov, A.V. (2023). Assessing the Role of Digital Platforms and Ecosystems in Economic Development. *International Organisations Research Journal*. Vol.18. No. 3. Pp. 142–162. (In Russ.). DOI: 10.17323/1996-7845-2023-03-08
- Akberdina, V., Kozonogova, E., & Dubrovskaya, Yu. (2023). Digital platforms for regional economic research: a review and methodology proposal. *R-economy*. Vol. 9. No. 1. Pp. 52–72. DOI: 10.15826/recon.2023.9.1.004
- Alstine, M., Parker, G., Choudary, S. (2017). Network effect as a new engine of the economy. *Harvard Business Review – Russia*. Jan.-Fev. Pp. 28–36.
- Boudreau, K.J., Lakhani, K.R. (2016). Innovation Experiments: Researching Technical Advance, Knowledge Production and the Design of Supporting Institutions. *Innovation Policy and the Economy*. Vol. 16. No 1. Pp. 135–167. <https://doi.org/10.1086/684988>
- Constantinides, P., Henfridsson, O. & Parker, G.G. (2018). Introduction –Platforms and infrastructures in the digital age. *Information Systems Research*. No. 29(2). Pp. 381–400. <https://doi.org/10.1287/isre.2018.0794>
- de Reuver, M., Sørensen, C., Basole, R. C. (2018). The digital platform: A research agenda. *Journal of Information Technology*, Vol. 33. No. 2. Pp. 124–135. <https://doi.org/10.1057/s41265-016-0033-3>
- Hagiu, A., Wright, J. (2015). Multi-Sided Platforms. *International Journal of Industrial Organization*. Vol. 43. Pp. 1–34. Available at: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2794582>
- Jovanovic, M., Sjodin, D., Parida, V. (2022). Co-evolution of platform architecture, platform services, and platform governance: Expanding the platform value of industrial digital platforms. *Technovation*. January. Vol. 118. Pp. 1–14. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2020.102218>
- Leminen, S., Rajahonka, M., Westerlund, M., Wendelin, R. (2018). The future of the Internet of Things: toward heterarchical ecosystems and service business models. *Journal of Business & Industrial Marketing*. Vol. 33. Pp. 749–767. <https://doi.org/10.1108/JBIM-10-2015-0206>

- Leong, C., Pan. Sh.L., Leidner. D.E., Huang. J.S. (2019). Platform Leadership: Managing Boundaries for the Network Growth of Digital Platforms. *Journal of the Association for Information Systems*. Vol. 20. No. 10. Pp. 1531–1565. <https://doi.org/10.17705/1jais.00577>
- Pagani, M., Pardo, C. (2017). The impact of digital technology on relationships in a business network. *Industrial Marketing Management*. Vol. 67, November. Pp. 185–192.
- Reinartz, W., Wiegand, N., Imschloss M. (2019). The impact of digital transformation on the retailing value chain. *International Journal of Research in Marketing*. Vol. 36. Pp. 350–366.
- Rivares, A.B., Gal, P., Millot, V., Sorbe, S. (2019). Like it or not? The impact of online platforms on the productivity of incumbent service providers. In *Department Working Papers*, No. 1548, OECD Publishing, Paris. 59 p.
- Sedera, D., Lokuge, S., Grover, V., Sarker, S. (2016). Innovating with enterprise systems and digital platforms: A contingent resource based theory view. *Information & Management*. Vol. 53. No. 3. Pp. 366–379.
- Sorbe, S., Gal, P., Millot V. (2018). Can productivity still grow in services based economies? Literature overview and preliminary evidence from OECD countries. In *Economics Department Working Papers*, No. 1531, OECD Publishing, Paris. 54p. <http://dx.doi.org/10.1787/4458ec7b-en>
- Torregrossa, M. (2018). Platform Economy: The 4 Key Business Models. *Euro Freelancers*. Oct. Available at: <https://medium.com/euro-freelancers/platform-economy-the-4-key-business-models-1fc0eda7241e> <https://medium.com/euro-freelancers>
- Xing, W., Cenamor, J., Parker, G.M., Alstyne, V. (2017). Unraveling Platform Strategies: A Review from an Organizational Ambidexterity Perspective. *Sustainability*. Vol. 9. No. 5. Pp. 1–18. DOI:10.3390/su9050734

Статья поступила 15.07.2024

Статья принята к публикации 08.10.2024

Для цитирования: Попов Е.В., Симонова В.Л. Международное патентное предпринимательство: кейс цифровой платформы // ЭКО. 2025. № 3. С. 134–149. DOI: 10.30680/ECO0131–7652–2025–3–134–149

Информация об авторах

Попов Евгений Васильевич (Екатеринбург) – чл.-корр. РАН, доктор экономических наук, профессор.

Центр социально-экономических исследований Уральского института управления – филиала РАНХиГС.

E-mail: erorov@mail.ru; ORCID: 0000–0002–5513–5020

Симонова Виктория Львовна (Екатеринбург) – кандидат экономических наук.

Центр социально-экономических исследований Уральского института управления – филиала РАНХиГС.

E-mail: simonova-vl@ranepa.ru; ORCID: 000–0003–2814–464X

Summary

E.V. Popov, V.L. Simonova

International Patent Entrepreneurship: The Digital Platform Case Study

Abstract. The paper presents a description of platform activity in the sphere of international patent entrepreneurship based on the analysis of available diversity of types of digital platforms, as well as on the results of a survey of participants in platform interactions. The obtained results reflect the value created on the platform for its participants, changes in the proportions of market power distribution both between members of one group and between groups of participants, as well as the dependence of the materialized network effect on the methods of platform management.

Keywords: *platform economy; digital platforms; International patent entrepreneurship*

For citation: Popov, E.V., Simonova, V.L. (2025). International Patent Entrepreneurship: the Digital Platform Case Study. *ECO*. No. 3. Pp. 134–149. (In Russ.).DOI: 10.30680/ECO0131-7652-2025-3-134-149

Information about the author

Popov, Evgeny Vasilievich (Ekaterinburg) – Corresponding Member RAS., Doctor of Economic Sciences, Professor.

Center for Socio-Economic Research of the Ural Institute of Management – Branch of RANEPa.

E-mail: epopov@mail.ru; ORCID: 0000-0002-5513-5020

Simonova, Victoria Lvovna (Ekaterinburg) – Ph.D.

Center for Socio-Economic Research of the Ural Institute of Management – Branch of RANEPa.

E-mail: simonova-vl@ranepa.ru; ORCID: 000-0003-2814-464X