



УДК 338

БИЗНЕС-МОДЕЛИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ**Гладких Матвей Александрович,**магистрант Финансового университета при правительстве Российской Федерации, 109117,
ale41342551@mail.ru**Аннотация**

В научной статье представлены результаты анализа характеристики бизнес-моделей, которые формируются в условиях цифровой экономики. Актуальность исследования связана с тем, что из-за цифровой трансформации экономики и появления новых технологий трансформируется и экономическая деятельность предпринимательских субъектов. С целью выхода бизнеса в цифровую среду появляются новые бизнес-модели предприятий.

Ключевые слова: бизнес-модель; цифровая экономика; цифровизация; цифровая трансформация; цифровые технологии; цифровая среда.

BUSINESS MODELS IN THE DIGITAL ECONOMY**Ekaterina N. Lashina,**Senior Lecturer of the Department of Foreign Languages, St. Petersburg State University of Industrial Technology and Design. Higher School of Technology and Energy, St. Petersburg, Ivan Chernykh Street, 4.
E- mail: lashinapiter@gmail.com**ABSTRACT**

The scientific article presents the results of the analysis of the characteristics of business models that are formed in the digital economy. The relevance of the study is due to the fact that due to the digital transformation of the economy and the emergence of new technologies; the economic activity of entrepreneurial entities is also being transformed. In order to enter the digital environment, new business models of enterprises are emerging.

Keywords: business model; digital economy; digitalization; digital transformation; digital technologies; digital environment.

На фоне всех тенденций и процессов, наблюдаемых в периоде четвертой промышленной революции, сформировалась новая модель экономической системы – цифровая. Она способствует не только стимулированию экономического роста, но и решению общественных проблем в вопросах социальной политики и обеспечения

экологической безопасности. Отдельного внимания заслуживает влияние цифровой экономики на трансформацию и модернизацию бизнеса компаний, где появляются новые технологии, активы и инструменты управления.

Распространение инструментов цифровой экономики стремительно растет, что обуславливает постановку следующих задач перед специалистами бизнес-деятельности, как привлечение новых клиентов, совершенствования сервиса предоставления услуг, модернизация объектов производства и удержание клиентов до категории лояльных потребителей. Инновационные технологии позволяют предприятиям обеспечивать повышение эффективности операционной деятельности и системы управления, а также наносить меньший урон окружающей среде.

Актуальность научного исследования на выбранную проблематику связана с тем, что из-за цифровой трансформации экономики и появления новых технологий трансформируется и экономическая деятельность предпринимательских субъектов. С целью выхода бизнеса в цифровую среду появляются новые бизнес-модели предприятий.

Подтверждением развития цифровой экономики в России является сектор информационно-коммуникационных технологий, объемы которого увеличиваются (рис. 1).

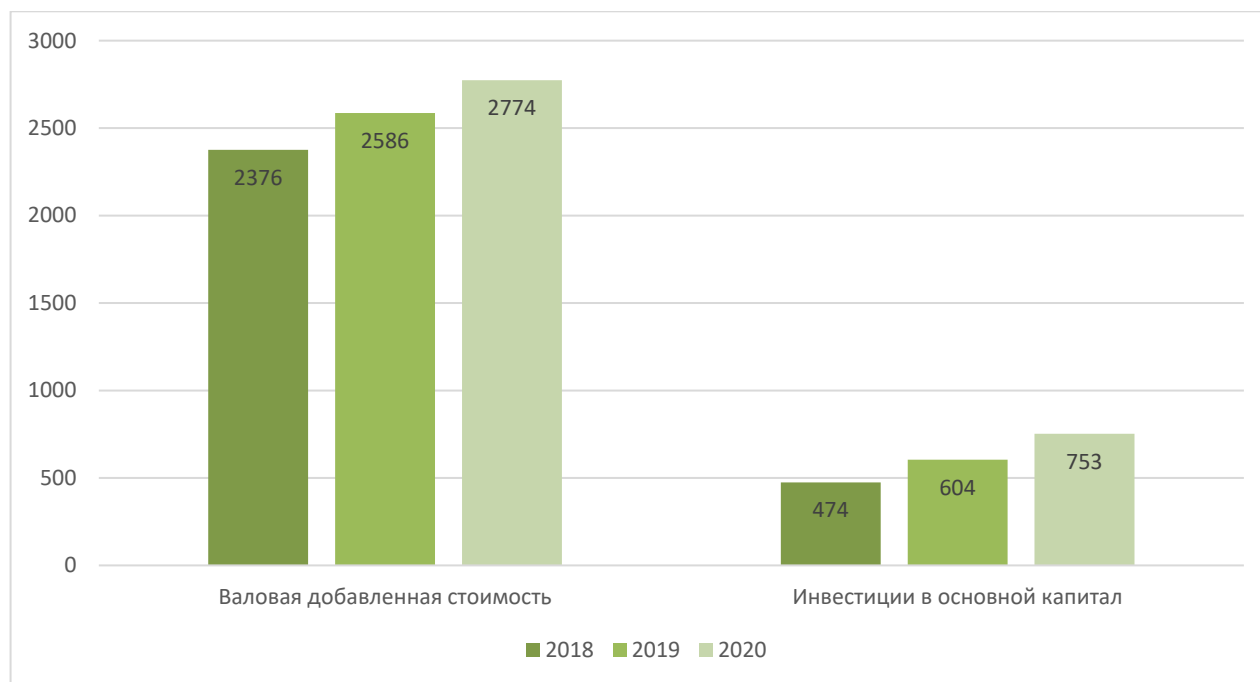


Рисунок 1. Динамика показателя развития ИКТ в России, в млрд руб. [1].

Объемы валовой добавленной стоимости, производимой ИТ-организациями, увеличивается с каждым годом. В 2018 г. было произведено 2,376 трлн руб. валовой добавленной стоимости в секторе ИКТ, а в 2020 г. уже 2,774 трлн руб. При этом наблюдается и увеличение капитальных вложений, что означает перспективы дальнейшего развития цифровой экономики в России [1].

Естественным условием стратегического развития организации в новой реальности выступает ее цифровая трансформация. С этой целью предприятия применяют новые технологии и разработки, повышающие эффективность управления. Для менеджмента организации важным оказывается применение современных методов управленческой деятельности, где интегрируются инновации, информационные технологии и цифровые системы, влияющие, в свою очередь, на трансформацию бизнес-процессов.

Цифровая трансформация предприятия – это процесс цифровизации основных и вспомогательных бизнес-процессов хозяйствующего субъекта, цель чего повышение

эффективности производственной, финансовой, торговой и управленческой деятельности [2].

В период 2022 года практическая роль и актуальность внедрения цифровых технологий при повышении эффективности системы управления организацией не уменьшается, а наоборот, увеличивается. Трансформационные процессы наблюдаются в крупных компаниях и малых предприятиях. Вне разницы отрасли и организационно-правовой формы, инновационно-ориентированная деятельность способствует повышению конкурентоспособности бизнеса.

При стратегическом управлении цифровой трансформации финансово-производственной деятельности предприятий можно выделить следующие факторы-драйверы [3]:

Поддержка руководства и целенаправленные управленческие действия, направленные на стимулирование процессов цифровой трансформации бизнес-процессов.

Наличие центра компетенций, профессиональных качеств и человеческого потенциала, реализация которых стимулируют цифровизацию.

Склонность предприятий к организационным изменениям, отсутствие порога и барьеров при принятии революционных управленческих решений.

Последствия периода пандемии Covid-19, которые указали острую необходимость перехода бизнес-процессов предприятий к цифровым версиям, чтобы оптимизировать деятельность под любые условия.

Цифровизация экономики имеет высокую степень воздействия на формирование управленческих процессов современных предприятий. Наблюдается цифровая трансформация операционной деятельности, бизнес-модели, маркетинга, а также появляются новые цифровые продукты, продвижение на рынке которых успешно при наличии специальных навыков у менеджеров [7].

Компании за время существования на рынке накапливают большой массив информации, который может быть использован как база для построения цифровой модели конкурентоспособности. Данные группируются по определенным признакам, обновляются и используются для построения интеллектуально-информационных решений [8].

В настоящее время старые, неэффективные бизнес-модели в ряде отраслей (банкинг, телеком, страхование, логистика) сменяются новыми моделями, отвечающими запросам современных потребителей. Так, с появлением мобильных устройств и развитием мобильных приложений, всю большую популярность набирают так называемые «платформенные» бизнес-модели.

Платформенные бизнес-модели более совершенные и конкурентоспособные, чем традиционные бизнес-модели. Это можно аргументировать при помощи их сравнительного анализа [4]:

По критерию взаимодействия участников платформенные бизнес-модели формируют рыночные отношения на основе платформы, где в сравнении с традиционными моделями отсутствуют лишние посредники и звенья в создании ценности.

По скорости взаимодействия участников платформенные бизнес-модели стремительно сократили время при организации рыночных отношений.

В создании дополнительных ограничений платформенные бизнес-модели более эффективные, поскольку в сравнении с традиционными бизнес-моделями, наоборот устраняют все дополнительные барьеры для взаимодействия участников рыночных отношений.

По критерию издержек платформенные бизнес-модели сокращают их до минимума, что значительное преимущество в финансовой результативности при сравнении с традиционными бизнес-моделями.

По критерию капитальных затрат на входе компании в бизнес платформенные бизнес-модели будут более затратными, поскольку создание технологии платформы крайне дорогое, пока традиционные бизнес-модели имеют низкие расходы внедрения дополнительного звена взаимодействия.

Также происходит активное формирование цифровой бизнес-модели электронной торговли, которая является отражением цифровой структуры организационных знаний торговых сетей [5].

Динамика объема рынка электронной коммерции в России изображена на рис. 2.

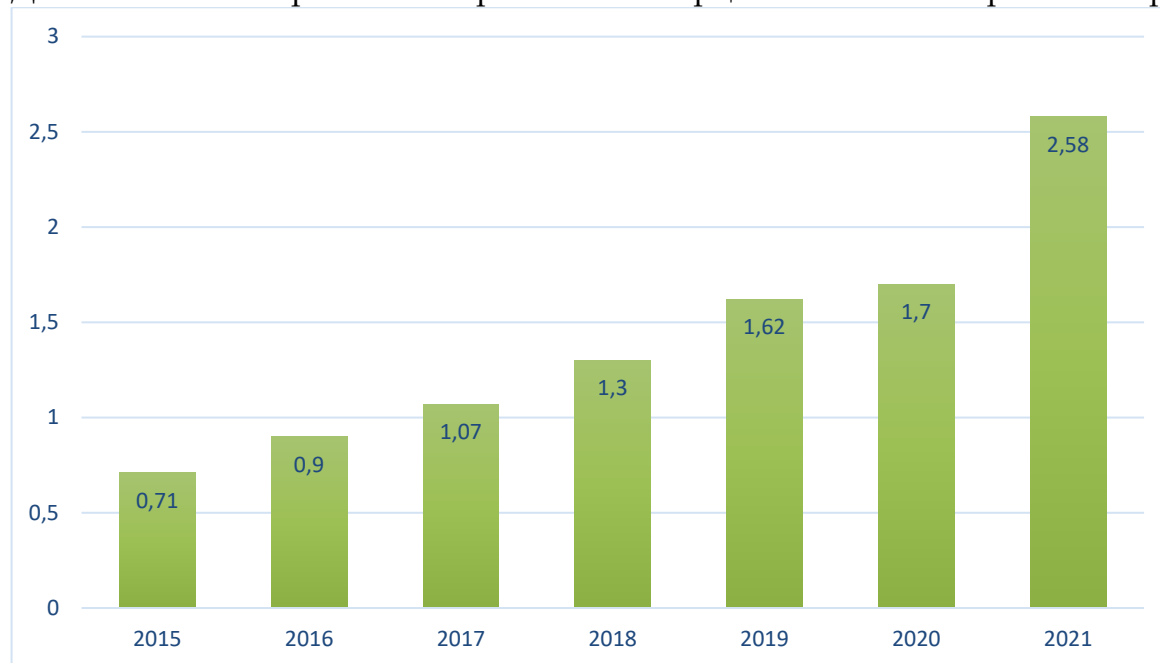


Рисунок 2. Динамика объема рынка Интернет-торговли в России, в трлн руб. [9].

Таким образом, рынок Интернет-торговли в России стремительно развивается и увеличивается в объеме, что повышает его роль в общей структуре национальной экономической системы. В 2015 г. объем рынка электронной коммерции составлял 0,71 трлн руб., а в 2021 г. – рекордные 2,58 трлн руб. В особенности развитие сектора Интернет-торговли наблюдалось из-за кризиса пандемии Covid-19, который ударил по традиционным бизнес-моделям торговых предприятий.

Экспертная оценка состояния рынка маркетплейсов в России сигнализирует о том, что данная отрасль будет расти в обороте и далее. Однако данные темпы будут ниже, что связано с экономической нестабильностью внешней среды. С другой стороны, именно маркетплейсы – основной способ продаж для тех зарубежных компаний, которые официально ушли из российского рынка.

При этом многие организации будут реализовывать стратегию оптимизации бизнес-процессов и сокращения финансовых расходов на реализацию продукции и маркетинговой стратегии. Торговые маркетплейсы выступают тем самым методом, который позволяет увеличить потребительскую лояльность клиентов без капитальных затрат на рекламную кампанию. На первую роль выходят сервисное обслуживание, скорость обработки заявок и доставки товаров, а также соотношение цены и качества.

Другой бизнес-моделью в условиях цифровой экономики является бизнес-экосистема, которая формируется на базе платформенной технологии и становится важным фактором конкуренции на высокотехнологичных рынках. Теория бизнес-экосистем решает проблему синергетического эффекта за счет взаимодействия в открытой сетевой среде и прорыва через ограничения традиционных аналитических методов [6].

Таким образом, в условиях цифровой экономики формируются новые бизнес-модели компаний. К ним относятся платформенные бизнес-модели, имеющие большое число преимуществ в сравнении с традиционными бизнес-моделями. От них идет развитие и торговых маркетплейсов, которые сокращают издержки бизнеса и повышают скорость взаимодействия между участниками рыночных отношений. Также формируются бизнес-экосистемы, являющиеся бизнесом, включающего в себя комплекс проектов и бизнес-направлений.

Список литературы:

1. Цифровая экономика: 2021: краткий статистический сборник / Г.И. Абдрахманова, Ц75 К.О. Вишневский, Л.М. Гохберг и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: НИУ ВШЭ, 2021. 124 с.
2. Куклина Е.А. Стратегия цифровой трансформации как инструмент реализации бизнес-стратегии компании нефтегазового сектора современной России // Управленческое консультирование. 2021. № 6. С. 40-53.
3. Ценжарик М.К., Крылова Ю.В., Стешенко В.И. Цифровая трансформация компаний: стратегический анализ, факторы влияния и модели // Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика. 2020. Т. 36. Вып. 3. С. 390-420.
4. Гарифуллин Б.М., Зябриков В.В. Виды бизнес-моделей компаний в цифровой экономике // Креативная экономика. 2019. Том 13. № 1. С. 83-92.
5. Олифирова А.В., Маковейчук К.А., Петренко С.А. Трансформация бизнес-моделей в условиях цифровой экономики // International Journal of Open Information Technologies. 2019. Т. 7. № 4. С. 85-91.
6. Гильяно А.А., Мозолева Н.В. Бизнес-модели компаний на основе цифровых платформ в современной экономике // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. 2019. № 12 (115). С. 7-10.
7. Глотова В.Г. Цифровая экономика: распространение новых бизнес-моделей // Вопросы устойчивого развития общества. 2020. № 2. С. 113-117.
8. Сергеев А.А. Трансформация бизнес-моделей организации в цифровую экономику // Экономика и управление: проблемы, решения. 2019. Т. 2. № 3. С. 155-161.
9. Матузенко Е.В., Глазунова О.А., Изварин А.А. Тенденции, проблемы и перспективы развития электронной коммерции в сфере Интернет-торговли // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2021. № 1 (86). С. 197-206.

References:

1. Digital economy: 2021: a brief statistical collection / G.I. Abdrakhmanova, C75 K.O. Vishnevsky, L.M. Gohberg and others; National research University "Higher School of Economics". M.: NRU HSE, 2021. 124 p.
2. Kuklina E.A. Digital transformation strategy as a tool for implementing the business strategy of a company in the oil and gas sector of modern Russia // Administrative Consulting. 2021. No. 6. S. 40-53.

3. Tsenzharik M.K., Krylova Yu.V., Steshenko V.I. Digital transformation of companies: strategic analysis, factors of influence and models // Bulletin of St. Petersburg University. Economy. 2020. V. 36. Issue. 3. S. 390-420.
4. Garifullin B.M., Zyabrikov V.V. Types of business models of companies in the digital economy // Creative Economy. 2019. Volume 13. No. 1. S. 83-92.
5. Olifirov A.V., Makoveichuk K.A., Petrenko S.A. Transformation of business models in the digital economy // International Journal of Open Information Technologies. 2019. V. 7. No. 4. S. 85-91.
6. Guiliano A.A., Mozoleva N.V. Business models of companies based on digital platforms in the modern economy // Science and education: economy and economy; entrepreneurship; law and management. 2019. No. 12 (115). pp. 7-10.
7. Glotova V.G. Digital economy: distribution of new business models // Issues of sustainable development of society. 2020. No. 2. P. 113-117.
8. Sergeev A.A. Transformation of business models of an organization into a digital economy // Economics and Management: Problems, Solutions. 2019. V. 2. No. 3. S. 155-161.
9. Matuzenko E.V., Glazunova O.A., Izvarin A.A. Trends, problems and prospects for the development of e-commerce in the field of Internet commerce // Bulletin of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law. 2021. No. 1 (86). pp. 197-206.