

Никитина. – Москва : ИНФРА-М, 2014. – 311 с.

4. Виханский, О. С. Менеджмент: учебник / О.С. Виханский, А. И. Наумов. – 5-е изд. – Москва : Магистр: ИНФРА-М, 2014. – 576 с.

5. Борисенко И.Л., Каблашова И.В. Менеджмент предприятия. - Воронеж: Воронеж.гос. тех. ун-т, 2010. – 144 с.

Анализ изменения в цифровизации экономики

М.Г.Григолашвили¹, А.П. Жигалина²

¹ преподаватель кафедры экономики и международного бизнеса,

² студентка 2-го года обучения по специальности «Экономика»

grigolashvili_maya@mail.ru, aameliaaa23@gmail.com

^{1,2} Карагандинский университет имени академика Е.А. Букетова, г.Караганда

Аннотация: Одной из актуальных тем экономики на данный момент является её цифровизация. В настоящее время происходит стремительное развитие новой цифровой технологической революции, сопряженное с кардинальными изменениями во всех социально-экономических институтах, а порой даже и с формированием новых. Происходящие технологические изменения приносят определенные вызовы для экономической науки, когда прежние, сформированные в доцифровую эпоху теоретические концепции перестают работать. Практика показывает необходимость формирования нового антикризисного инструментария, поскольку существующий не обеспечивает выживаемость компаний в современных условиях, кризисные явления в экономике сохраняются.

Ключевые слова: цифровизация, экономика, бизнес, цифровая экономика, бизнес-модель

Существенной научной проблемой с точки зрения исследования феномена цифровой экономики является отсутствие единого теоретического базиса цифровой экономики. С позиции экономической теории в целом существует ряд проблем методологического характера, например отсутствие устоявшейся терминологии в области цифровой экономики и подходов к периодизации и определению сущности технологических революций. Это можно подтвердить тем фактом, что сейчас отсутствует понимание, является ли текущая цифровизация экономики новой технологической революцией или это «золотой век» развития последней информационно-телекоммуникационной технологической революции.

Тем не менее цифровая экономика – это уже реальность, и для успешного функционирования и выживаемости бизнеса в новых условиях требуется перенастройка теоретических концепций. Следовательно, необходимо определить основные вызовы и направления цифровой трансформации.

В качестве теоретического базиса нашего исследования будем использовать теорию технологических революций и технико-экономических волн. Согласно данной теории, в мире постоянно происходит последовательная смена технологических революций, которые имеют определенные периоды и фазы развития. При этом периоды становления и развертывания технологической революции (так называемая Большая волна) сопровождаются сменой старой технико-экономической парадигмы предшествующей технологической революции на новую. Такая смена парадигм предполагает масштабные и коренные экономические, институциональные и технологические перемены, включая трансформацию традиционных для данной Большой волны методов организации и ведения бизнеса.

Для доказательства этого утверждения рассмотрим основные факторы и ключевые изменения цифровизации экономики, которые существенно повлияли на условия и способы ведения бизнеса (таблица 1).

Таблица 1

Ключевые факторы цифровой трансформации экономики

Фактор цифровой трансформации экономики	Характеристика фактора	Влияние на условия и способы ведения бизнеса
Мобильность и подключенность к интернету	Уход бизнеса и населения в киберпространство благодаря развитию мобильных технологий, широкому распространению интернета	Формирование новых форм ведения бизнеса (виртуальные компании), снижение транзакционных издержек ведения бизнеса (в частности, издержек координации, поиска информации), изменение форм взаимодействия с клиентом
Датификация	Экспоненциальный рост объемов информации, используемой человечеством	Превращение данных в ключевой фактор производства экономики и доходобразующий актив цифрового бизнеса, сопровождаемое изменением традиционных бизнес-моделей, формированием новых инструментов извлечения прибыли
Компьютеризация	Рост вычислительной мощности компьютеров	Повышение эффективности принимаемых управленческих решений за счет ускорения
Развитие цифровых технологий, включая искусственный интеллект	Упрощение процесса обработки большого количества информации	Повышение эффективности деятельности компании, автоматизация операционных процессов, сокращение издержек
Сетевизация	Распространение сетевых технологий, благодаря которым возникает сетевой эффект, когда поведение одного экономического агента влияет на ценность услуги, которую получают другие агенты от пользования этой услугой	Формирование новых бизнес-моделей и структуры издержек компании
Примечание – Составлено автором самостоятельно		

Таким образом, основу бизнеса в условиях цифровой экономики составляют данные, вокруг которых выстраиваются все бизнес-процессы и на основе которых формируются новые бизнес-модели и экосистемы, предполагающие взаимодействие экономических агентов в киберпространстве. В свою очередь, внедрение цифровых технологий позволяет компаниям существенно снизить как транзакционные, так и трансформационные издержки для бизнеса, а также стать клиентоориентированными, формируя кастомизированные сервисы и продукты.

Цифровая трансформация экономики привела к появлению вызовов для экономической науки, которые можно условно разделить на следующие группы :

- изменение экономики бизнеса;
- изменение бизнес-модели бизнеса;

- изменение факторов ценности бизнеса.

Рассмотрим каждый вызов подробнее.

Один из ключевых вызовов цифровизации социально-экономических процессов для бизнеса – изменение его экономики. Сетевая революция радикально изменила структуру издержек бизнеса и, следовательно, механизм формирования прибыли. Дело в том, что распространение интернета, использование цифровых технологий приводят к существенному сокращению транзакционных издержек на поиск информации, заключение сделок, реализацию товаров и услуг. Дополнительно это также обеспечивает нулевые предельные трансформационные издержки бизнеса, поскольку создание копий цифровых товаров, их распространение в сети интернет происходит практически бесплатно. Масштабирование цифрового бизнеса, соответственно, сопровождается ростом прибыли. Если раньше эффективность компании связывали с издержками на производство (улучшение процесса организации работы) и реализацию продукции (формирование спроса), то сейчас интернет снизил затраты на выход на новые рынки, создание бизнеса за счет сокращения транзакционных издержек.

Следующий вызов – изменение бизнес-моделей. Сетевая революция привела к формированию новой бизнес-модели – платформенно-сетевой, которая кардинально отличается от традиционной линейной бизнес-модели. Первопричиной формирования такой модели стала новая структура издержек в цифровой экономике. Эти изменения привели к формированию нового типа экономических образований, представляющих собой объединение основных черт организаций (иерархических структур) и рынка – платформы. Данные образования, по сути, являются децентрализованными сетями. Казалось бы, новый тип экономических образований может полностью вытеснить традиционные компании. Однако они продолжают жить. Причин здесь несколько. Во-первых, децентрализованные сети самостоятельно не формируются и не растут, для этого требуется компания (если точнее – человек). Во-вторых, согласно теории транзакционных издержек, компании как экономический субъект не исчезнут даже в условиях цифровой экономики (эпохи децентрализованных структур) в силу невозможности создать полные контракты из-за факторов неопределенности будущего, ограниченной рациональности людей и остаточных прав контроля. Как итог, сегодня в экономике функционируют не полностью децентрализованные системы, а платформенные компании, основанные на платформенно-сетевой бизнес-модели[1].

Механизм работы платформ отличается от деятельности традиционных компаний, что обусловлено структурой активов и издержек, факторами формирования ценности. Платформы не инвестируют во внешние ресурсы (физические активы, кадры, например компания Uber не имеет в своем штате водителей и таксопарков, а компания Airbnb не владеет объектами недвижимости), генерируя ценность бизнеса за счет создания связей (сетевого рынка) между потребителями и производителями.

Последний вызов – трансформация факторов стоимости бизнеса. Если у традиционных компаний ценность создается в процессе производства продукции, то у платформенных компаний она сосредоточена вокруг развития сетей (связей) между потребителями и производителями, так называемых транзакций. Новые платформенные компании превратились из центров производства в центры обмена и коммуникаций между потребителями и производителями[2]. Основные факторы формирования ценности бизнеса сосредоточились в области управления сетями и транзакциями, в результате чего традиционная последовательная цепочка ценностей стала распадаться на отдельные составляющие.

Таким образом, новые платформенные компании не вписываются в доминировавшую до настоящего времени парадигму создания стоимости бизнеса, согласно которой стоимость бизнеса формируется денежными потоками, генерируемыми активами[3].

Целями государственной программы "Цифровой Казахстан" являются ускорение темпов развития экономики Республики Казахстан и улучшение качества жизни населения

за счет использования цифровых технологий в среднесрочной перспективе, а также создание условий для перехода экономики Казахстана на принципиально новую траекторию развития, обеспечивающую создание цифровой экономики будущего в долгосрочной перспективе.

Достижение данной цели подразумевает движение по двум векторам развития:

– "Цифровизация существующей экономики" - обеспечение прагматичного старта, состоящего из конкретных проектов в реальном секторе, запуск проектов по цифровизации и технологическому перевооружению существующих отраслей экономики, государственных структур и развитие цифровой инфраструктуры.

– "Создание цифровой индустрии будущего" - обеспечение долгосрочной устойчивости, запуск цифровой трансформации страны за счет повышения уровня развития человеческого капитала, построения институтов инновационного развития и, в целом, прогрессивного развития цифровой экосистемы.

Первые итоги реализации государственной программы «Цифровой Казахстан» были зафиксированы за период 2018-2019 года. Рассмотрим на примере цифровизации отраслей экономики (рисунок 1).



Рисунок 1. Итоги реализации государственной программы «Цифровой Казахстан» за 2018-2019 г.

Примечание: источник [3]

Программа реализовалась на 2022 год по следующим направлениям:

– «Цифровизация отраслей экономики» – преобразование традиционных отраслей экономики РК с использованием прорывных технологий и возможностей, которые повысят производительность труда и приведут к росту капитализации.

– «Переход на цифровое государство» – преобразование инфраструктуры государства для предоставления услуг населению и бизнесу, предвосхищая их потребности.

– «Реализация цифрового Шелкового пути» – развитие высокоскоростной и защищенной инфраструктуры передачи, хранения и обработки данных.

– «Развитие человеческого капитала» – преобразования, охватывающие создание креативного общества и переход к новым реалиям – экономике знаний.

– «Создание инновационной экосистемы» – создание условий для развития технологического предпринимательства с устойчивыми связями между бизнесом, научной сферой и государством, а также внедрения инноваций в производство.

Цифровая трансформация экономики приводит к возникновению вызовов для экономической науки, поскольку происходит кардинальное изменение социально-экономических институтов общества, условий и способов ведения бизнеса под влиянием технологических преобразований в экономике [4]. Эти вызовы заключаются в том, что традиционные экономические законы (эффект масштаба, цепочка ценности) перестают работать, а в экономике появляются новые хозяйствующие субъекты (цифровые компании), деятельность которых не укладывается в традиционные метрики эффективности и бизнес-модели и порой представляет угрозу компаниям доцифровой эпохи [5]. Цифровые компании

превратились в мировых технологических гигантов, опередив по силе экономического могущества своих индустриальных предшественников.

Список литературы

1. Котова Л.В., Королев Г.В. // Менеджмент и бизнес-администрирование. – 2019.
2. Кудрявцева Т.Ю. / Основные понятия цифровизации. // ФГАОУ ВО СПбПУ. – 2021.
3. Жерегеля А.В. / Особенности цифровизации предприятия // - 2020.
4. Aghimie D. / Digitalization of construction organizations – a case for digital partnering // International Journal of construction Management/ - 2020.
5. Gobble M.A. Digital strategy and digital information // Research-Technology Management. – 2018.

Modern business models of digital products

Gelashvili N. N.¹, Turusbekov A.E.²

¹Candidate of Economic Sciences, Assoc. Prof., Department of Economics and International Business,

²Master's student of IT entrepreneurship and digital economics

²alikhhan.jsjs@gmail.com

^{1,2}Karaganda University named after Academician E.A. Buketov, Karaganda

Annotation: In the rapidly changing modern world, tech-businesses are becoming a fundamental part of the modern market. With an enormous number of digital products being released each year, it is crucial to choose the appropriate business model and understand its benefits to the business. Therefore, this article is devoted to define the business model, its modern types that are applicable to digital products and compare them.

Keywords: business model, target audience, subscription, freemium, sharing economy, income streams.

In modern management research, business models are one of the most actively studied areas. The interest in this issue is primarily caused by the need for a business to have a holistic understanding of its activities, the whole range of mechanisms that are used to create and offer value to the consumer, as well as to extract income from this activity. The concept of a "business model" is inextricably linked with the problems of inter-firm interactions, since value is created jointly by numerous companies interacting in the market. This leads to the concept of the business model itself that is defined differently based on its concept.

A business model is a description of the structural, operational, and financial processes of an organization. That is, how business processes take place within the company: management and management system, work regulations, communication between departments, as well as monetization methods [1]. This definition mainly highlights business model as a tool that helps the business to define its main features and position.

In addition, a business model is also often referred as an analysis and a schematic description of the interrelated business processes of a company. The model clearly shows: what, to whom and how exactly to sell, as well as how profitable it is [2]. This description highlights the main characteristics of business model and refers to it as a document mentioning the vision of the company.

Lastly, a business model can describe the process of creating, delivering, and assigning value. The essence of BM is that it crystallizes the needs of the consumer and his solvency, determines the way in which the business delivers value to the consumer, encourages consumers to pay for this value and converts payments into business profits through the necessary structure and interaction of