

УДК: 339.9

Трансформация международного бизнеса в условиях цифровой экономики

Карамышева Э. Р.

ПГУ – Пензенский государственный университет Россия, Пенза, e-mail: 13elianora.k@gmail.com

В данном исследовании, которое посвящено трансформации международного бизнеса с позиций цифровой экономики. Установлено, что цифровая экономика характеризуется увеличением доли знаний, инноваций, увеличением доли услуг и нематериальных активов. В работе подробно рассмотрены предпосылки развития и глобализации цифровой экономики. Также были выделены основные технологические тенденции, которые оказывают наибольшее влияние на развитие цифровой экономики на сегодняшний день. Следует отметить, что современные технологии и виртуальная среда преобразует коммерческую бизнес-модель во все составляющие: потребительские сегменты, ценностные предложения, каналы продаж, отношения с клиентами, источники дохода, ключевые ресурсы, ключевые виды деятельности, ключевые партнеры и структуру затрат. Также рассматриваются подходы, модели и инструменты цифровой трансформации компаний, крупных и средних предприятий. Рассмотрены изменения в управлении бизнесом с учетом глобальных технологических тенденций развития, проведен анализ результатов исследований в данной области. Показано влияние цифровой трансформации на бизнес-модель и бизнес-процессы компании. В данном исследовании отмечено увеличение роли SMM инструментов для увеличения продаж привлечения внимания к бренду или товара, с персонализацией отдельных участников. Был произведен анализ компонентов бизнес-модели электронной торговли в виртуальных сообществах с выделением специфики компонента.

Ключевые слова: цифровая экономика, интернет, бизнес-модель, технологии, знания, трансформация

Transformation of international business models in the digital economy

Karamysheva E. R.

PSU – Penza State University, Russia, Penza, e-mail: 13elianora.k@gmail.com

In this study, which is devoted to the transformation of business from the perspective of the digital economy. It is established that the digital economy is characterized by an increase in the share of knowledge, innovation, an increase in the share of services and intangible assets. The paper considers in detail the prerequisites for the development and globalization of the digital economy. The main technological trends that have the greatest impact on the development of the digital economy today were also highlighted. It should be noted that modern technologies and the virtual environment transform the commercial business model into all components: consumer segments, value propositions, sales channels, customer relationships, revenue sources, key resources, key activities, key partners and cost structure. Approaches, models and tools of digital transformation of companies, large and medium-sized enterprises are also considered. Changes in business management taking into account global technological trends of development are considered, the analysis of research results in this area is carried out. The influence of digital transformation on the company's business model and business processes is shown. In this study, an increase in the role of SMM tools for increasing sales of attracting attention to a brand or product, with the personalization of individual participants, was noted. The analysis of the components of the e-Commerce business model in virtual communities was carried out, highlighting the specifics of the component.

Keywords: digital economy, Internet, business model, technologies, knowledge, transformation

Цифровизация представляет собой процесс изменения бизнеса посредством перехода секторов экономики на инфотелекоммуникационную платформу, внедрению инноваций и адаптации бизнес-моделей к условиям современной цифровой экономики. В современных условиях ведение предпринимательской деятельности по старым бизнес-моделям с традиционными бизнес-процессами и с прежней эффективностью не представляется

возможным, ввиду чего тема трансформации способов организации современных бизнес-процессов в условиях цифровой экономики особенно актуальна.

И так для современной экономики цифровизация – понятие относительно новое, изучать его стали сравнительно недавно. В этом и заключается основная проблематика выбранной темы.

Целью данной работы является анализ трансформации бизнеса в условиях перехода к цифровой экономике.

Для достижения данной цели были поставлены следующие задачи:

- раскрыть сущность понятия цифровая экономика и выделить предпосылки;
- определить факторы, влияющие на современную цифровую экономику в большей степени;
- рассмотреть преимущества и сдерживающие факторы;
- составить схему с компонентами бизнес-модели по А. Остервальдеру.

Материалы и методы.

В данном исследовании были использованы научные статьи экономических журналов, материалы научно-практических конференций, а также Указ Президента РФ. В процессе работы проводился мета-анализ предшествующих исследований, использовался метод обобщений – от конкретного к абстрактному, индуктивный метод, метод исследования конкретных ситуаций, метод включенного наблюдения, социологические методы сбора и обработки информации, а также статистические методы анализа и методы моделирования.

Основная часть.

Определение термина «цифровая экономика» закреплено законодательно в Указе Президента РФ от 9 мая 2017 г. № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы». Цифровая экономика – вид хозяйственной деятельности, в которой ключевой фактор производства – данные в цифровом виде, обработка больших объемов информации и использование результатов анализа по сравнению с традиционными формами хозяйствования позволяют существенно повысить эффективность различных видов производства, технологий, оборудования [1].

Наиболее актуальные на сегодняшний день ключевые международные и государственные программы, в частности, Программа «Цифровая экономика» [1], введенные указами Президента РФ, постановлениями Правительства РФ и законами РФ могут быть реализованы только при наличии инфотелекоммуникационной системы (далее – ИТКС). Из чего следует, что роль ИТКС в отечественных и международных программах и проектах является ключевой и системообразующей. Современный этап экономического развития характеризуется неопределенностью внешней среды; усложнением условий принятия решений в области стратегического управления; переходом всех секторов экономики на

инфотелекоммуникационную платформу; неравномерностью социально-экономического развития регионов и т. д. [3, с. 464].

Развитие и глобализация цифровой экономики можно связать со следующими факторами:

1. Взаимодействие с потребителем и его изучение. Инновационные методы анализа поведенческих моделей и потребительских предпочтений являются важным маркетинговым инструментом для увеличения продаж. Удобство потребителя при выборе, оплате и получении товара или услуги в комфортных для него условиях является основным направлением трансформации торговли.

2. Автоматизация бизнеса. Для поддержания конкурентоспособности компании необходимо использовать новые бизнес-модели при сохранении качества продаваемых продуктов и/или услуг. На сегодняшний день существует четкое понимание того, что себестоимость конечного продукта должна быть снижена за счет снижения затрат и оптимизации коммерческих и технологических процессов. Руководство компаний должно производить четкий расчет затрат на внедрение тех или иных инноваций, исходя из прибыли, которую они приносят компании и за какой период.

3. Развитие IT-технологий. Основными тенденциями в данном направлении являются: IT-решения в сфере управления логистикой, продажами, мерчандайзингом, управлением торговым пространством, оплаты товаров, управления онлайн-площадками и другое. Например, внедрение ERP-систем для улучшения управления бизнес-процессами, CRM-систем для снижения затрат на обслуживание клиентов. Развитие IT-технологий позволяет разрабатывать и анализировать большие объемы данных для принятия оперативных управленческих решений и повышения прибыльности бизнеса [6, с. 293].

Значимость развития цифровой экономики сравнивают со значением развития Интернета. Доля цифровой экономики России по итогам 2017 г. составила 75 млрд долл. (или 2,8% ВВП). Большая часть (84%) приходится на интернет-торговлю, услуги, онлайн-поиск и покупки офлайн. По подсчетам Boston Consulting Group Ltd, цифровизация отраслей к 2021 г. позволит создать добавленную стоимость до 7 трлн р. в год, что сопоставимо с доходами российского бюджета от нефтегазового сектора. По данным Russian Angel Monitor Интернет является инвестиционным приоритетом бизнес-ангелов. В условиях цифровой экономики происходит трансформация российского бизнеса, что наиболее наглядно прослеживается на примере российского крупного бизнеса [2, с. 103].

Анализ бизнес-модели показывает, что в целом в социальных сетях компания имеет два вида деятельности: коммерческую и благотворительную, поэтому предприниматели обычно регистрируются в двух юридических лицах: ООО или ИП (для ведения коммерческой деятельности) [5, с.88].

Согласно исследованиям компании Gartner, на сегодняшний день выделяются 10 технологических трендов, представленных в таблице ниже.

Таблица – Технологические тренды [4, с. 20]

Тренд	Наименование тренда	Комментарий к применению в управлении
1	Искусственный интеллект и глубинное машинное производство	Умные устройства на основе интеллектуальных моделей и глубинных нейронных сетей (ГНС)
2	Интеллектуальные приложения	Сервисы реального времени на основе виртуальных помощников
3	«Умные вещи»	Промышленные и бытовые устройства на основе Интернета вещей
4	Виртуальная (VR) и дополненная (AR) реальность	Объединение виртуальных и реальных объектов на основе 3D-технологий
5	Цифровые «двойники»	Цифровые динамические модели физических объектов с использованием сенсорных датчиков для имитационного моделирования
6	Блокчейн и цепочки блоков	Распределенные цепочки данных и криптовалюта
7	Диалоговые системы	Динамические сервисы на основе сетей между людьми, процессами, услугами и вещами
8	Механика приложений и сервисов	Синхронизация устройств и технологий по принципу «Умного дома»
9	Цифровые технологические платформы	Новые платформы, сочетающие информационные системы, опыт работы с клиентами, аналитику и прогнозирование, Интернет вещей и деловые экосистемы
10	Адаптивная архитектура безопасности	Многоуровневая система информационной безопасности реального времени, в том числе – на основе блокчейн-технологии

Также, набирающими сейчас популярность, являются следующие технологии: сенсоры в местах продаж для получения дополнительной информации, радиочастотные метки (RFID-метки), контролирующие наличие товаров на полках, их перемещение в торговом зале до покупки, а также факты воровства, интерактивные POS-терминалы, существующие в целях рекламы определенных товаров, умные кассы самообслуживания (selfscancheckout), где покупатель может сам просканировать выбранные товары, сложить их в пакеты и оплатить покупку как наличными, так и безналичными средствами, умные электронные ценники, которые имеют функцию автоматического обновления в случае изменения цены или товара, «умные» тележки (smartcarr), позволяющие посчитать сумму покупки и помочь покупателю с навигацией, QR-коды, считывание которых может дать покупателю дополнительную информацию о товаре, а также добавить его в сумму покупки, и другие [6, с. 294].

Только в 2020 году компании во всем мире потратили около 4,3 трлн. долл. США на ИТ-услуги, связанные с современными технологическими трендами.

В сфере торговли основными преимуществами использования цифровых экономических инструментов являются развитие интернет-торговли, сокращение издержек коммерческих

предприятий, повышение эффективности бизнеса, внедрение инноваций, повышение уровня технологической жизни населения.

Основные сдерживающие факторы: высокие затраты на внедрение инновационных технологий, отсутствие единых требований к механизмам возврата товаров в сфере денежного онлайн-трейдинга, сильный разрыв в развитии российских регионов, что делает практически невозможным внедрение новых технологий, сложная экономическая ситуация, а также неспецифические методы и критерии регулирования электронной торговли [6, с. 295].

Изменение условий предпринимательства в виртуальных сообществах можно проследить с применением бизнес-модели Александра Остервальдера. Он считает, что бизнес-модель состоит из следующих девяти структурных блоков: потребительские сегменты, ценностные предложения, каналы сбыта, взаимоотношения с клиентами, потоки поступления дохода, ключевые ресурсы, ключевые виды деятельности, ключевые партнеры, структура издержек. Взаимоотношения с покупателями в условиях применения Интернет-технологий, характеризуются увеличением роли SMM (social media marketing) – инструментов в целях привлечь внимания к бренду или товару, с персонализацией отдельных участников, вовлеченных в сетевые виртуальные сообщества [5, с. 87].

С учетом этого рассмотрим специфику компонентов бизнес-модели Александра Остервальдера в электронной торговле в виртуальных сообществах. Следующий шаг после создания бизнес-модели по шаблону девяти структурных блоков модели Остервальдера – это графическая интерпретация бизнес-модели в виде MindMap – структурной карты представления организационных знаний, можно представить с помощью системы MindMeister или любой другой системы представления интеллект-карт (рисунок) [5, с. 88].

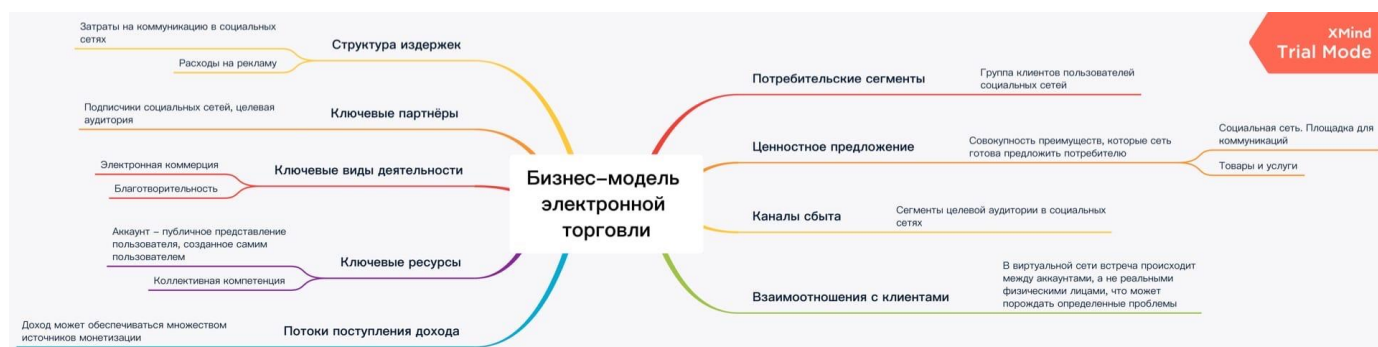


Рисунок – Анализ компонентов бизнес-модели электронной торговли в виртуальных сообществах с выделением специфики компонентов

При определении специфики в интеллект-карте отмечено, что современные технологии и виртуальная среда трансформируют торговую бизнес-модель во всех ее компонентах:

потребительские сегменты, ценностные предложения, каналы сбыта, взаимоотношения с клиентами, потоки поступления дохода, ключевые ресурсы, ключевые виды деятельности, ключевые партнеры, структура издержек. Дана характеристика этим компонентам в виртуальных сообществах: клиентами являются пользователи социальной сети, в которой им предлагают площадки для коммуникации, товары и услуги, валюту сообщества с банковскими гарантиями, виртуальные встречи в сети, доход может обеспечиваться собственной рекламной платформой, подписной моделью, взаимоотношениями с покупателями в условиях применения Интернет-технологий. Отмечено увеличение роли SMM – инструментов в целях привлечения внимания к бренду или товару, с персонализацией отдельных участников, вовлеченных в сетевые виртуальные сообщества. Ключевыми ресурсами когнитивно-информационных технологий, реализованных в виртуальных сообществах, являются аватар (публичное графическое представление пользователя) и коллективная компетенция (способность группы работать вместе в направлении общей глобальной цели и приводить к созданию коллективного результата).

Результаты.

В данном исследовании дано определение цифровой экономики в соответствии с Указом Президента РФ, также были раскрыты предпосылки развития и глобализации цифровой экономики. Были выделены и подробно описаны современные тенденции, влияющие на цифровую экономику. Был раскрыт ряд преимуществ и сдерживающих факторов. Было показано, как цифровизация изменила бизнес в современных реалиях. Была построена модель бизнес-компонентов по А. Остервальдеру.

Заключение.

В дальнейшем развитие и использование цифровых технологий в розничной торговле будет напрямую зависеть от состояния потребительского рынка в целом, степени доступности информационно-коммуникационной инфраструктуры, степени распространения интернет-технологий и развития государственного контроля.

Список литературы:

1. Указ Президента РФ от 9.05.2017 № 203 «О Стратегии развития информационно общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы».
2. Антипина, Н. И. Трансформация российского бизнеса в условиях перехода к цифровой экономике: отраслевой и региональные аспекты / Н. И. Антипина // Экономическая наука современной России. – 2018. – №2 – С. 102–114.
3. Давлятова, М. А. Трансформация способов организации современных бизнес-процессов в условиях цифровой экономики / М. А. Давлятова, Ю. И. Стародубцев // Неделя наука СПбГУ. – 2018. – №1. – С. 464–466.

4. Китова О. В. Цифровая трансформация бизнеса / О. В. Китова, С. Н. Брускин // Цифровая экономика. – 2018. – №1. – С. 20–25.
5. Олифиров А. В. Трансформация бизнес-моделей в условиях цифровой экономики / А. В. Олифиров, К. А. Маковейчук, С. А. Петренко // International journal of open information technologies – 2019. – №4. – С. 85–91.
6. Уварова, Н. Р. Трансформация торгового бизнеса в условиях цифровой экономики / Н. Р. Уварова // Экономика и управление народным хозяйством. – 2018. – №5. – С. 292-295.