

Атдаева О. Г., старший преподаватель
Туркменский государственный институт экономики и управления,
г. Ашхабад, Республика Туркменистан

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПЕРЕДОВЫХ БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Сегодня страны мира, в том числе Туркменистан, уделяют особое внимание выведению национальной экономики на новый уровень развития, основанный на едином интернет-пространстве. Ключевая роль в успешной реализации важных задач, стоящих в данном направлении, отводится цифровой трансформации. Одним из стратегических направлений нашей страны является научно-техническая модернизация, внедрение инноваций во все отрасли, развитие электронной промышленности на основе передовых технологий. Именно в этом контексте большое значение имеет внедрение достижений науки и передовой практики во все отрасли производства, эффективное использование новейшего технического и технологического оборудования.

Развитие цифровой экономики, повышение доступности цифровых услуг, широкое внедрение и использование цифровых ресурсов в экономике обеспечивают активную интеграцию страны в мировое цифровое пространство, значительное повышение ее конкурентоспособности на международном рынке и переход национальной экономики на новый инновационный этап развития. Также развитие цифровой экономики открывает новые возможности для совершенствования деловой и инвестиционной активности, повышения занятости в наукоемких отраслях, повышения качества и уровня жизни населения страны за счет широкого внедрения современных информационных технологий во все сферы жизни общества.

В современную эпоху информационного общества цифровые трансформации, с одной стороны, охватывают всю экономику, с другой стороны – отдельные направления бизнеса. Все эти процессы крепко взаимосвязаны и проходят одновременно. Сегодня обеспечение устойчивого развития экономики посредством традиционных методов создает определенные трудности. В то же время цифровая трансформация прокладывает путь к устойчивому экономическому развитию и значительно повышает роль страны на мировой арене. Процесс цифровизации в корне меняет бизнес-модели всех секторов экономики. Ученые, занимающиеся научными исследованиями в области цифровой трансформации бизнеса, в основном выделяют три ее направления, которые, в свою очередь, включают в себя несколько элементов:

1. Работа с клиентами, которая включает углубленное изучение клиентов; увеличение прибыли получаемой от ранее обслуживаемых клиентов; поиск новых возможностей взаимосвязи с клиентами.

2. Операционный бизнес, включающий автоматизацию производственных процессов (операций, услуг); использование творческого потенциала сотрудников; управление производством (операциями, услугами) на основе анализа больших данных (Big Data).

3. Бизнес-модель, которая включает внедрение новых цифровых технологий; внедрение новых цифровых бизнес-моделей; присоединение к цифровой глобализации; постоянное совершенствование цифровых навыков.

Приведенные данные показывают наличие взаимосвязи между структурой модели цифровой трансформации бизнеса и его составных элементов. Вначале определяются элементы, обеспечивающие связь с окружающей средой, далее – элементы внутренней среды, и в конце – элементы, объединяющие окружающую среду с внутренней средой.

С учетом международного опыта, накопленного в области цифровой трансформации, в Туркменистане была разработана «Концепция развития цифровой экономики в Туркменистане на 2019–2025 годы», в которой определены цели, задачи и основные направления развития цифровой экономики в стране [1]. Согласно Концепции в стране осуществляется цифровая трансформация, подразумевающая использование инновационных технологий для повышения эффективности и конкурентоспособности отечественных предприятий в современном мире, благодаря которым стали реальными изменения – в электронной промышленности, агропромышленном комплексе, энергетике, транспортно-логистическом секторе, градостроительной инфраструктуре, а также онлайн-услуг в банковской и торговой сферах. Цифровая трансформация затронула абсолютно все сферы национальной экономики и привела к изменению существующих бизнес-моделей.

Анализ задач, проистекающих из Концепции, показывает, что работа по развитию цифровой экономики в нашей стране, подключению всех экономических отраслей к единой цифровой системе, а также комплексные меры по переходу всех предприятий, организаций и учреждений страны на цифровую платформу носит комплексный характер и осуществляется на комплексной основе.

Цифровая экономика и интернет-технологии затрагивают все сферы общественной жизни. В современных рыночных условиях конкуренция способствует развитию и распространению цифровых технологий. В цифровой экономике работа с клиентом становится отдельной работой, предполагающей участие и взаимодействие. Возрастает ценность клиентского опыта, который также становится источником дохода, и в то же время достигаются хорошие результаты в сегменте корпоративных отношений.

Сегодня для развития цифровой экономики возникает необходимость изучения современных подходов к разработке платформ бизнес-процессов и реализации проектов, использования новых форм делового сотрудничества, повышения эффективности создаваемых цифровых платформ.

Постоянно растущий спрос экономики и общества на цифровые услуги открывает новые возможности для роста бизнеса.

Широкие перспективы цифровой трансформации национальной экономики отражены в Программе «Возрождение новой эпохи могущественного государства: Национальная программа социально-экономического развития Туркменистана в 2022–2052 годах», которая направлена на повышение конкурентоспособности национальной экономики путем последовательного внедрения цифровой экономики на основе современных информационных и коммуникационных технологий, соответствующих международным стандартам. С этой точки зрения решение, направленное на модернизацию, диверсификацию и инновации национальной экономики, зависит от устойчивого развития долгосрочной экономики. Для повышения стабильности экономического развития, необходимо качественно реформировать технологическое направление экономики Туркменистана, ориентируясь на инновационное развитие, а также своевременно выявлять приоритеты

долгосрочного развития в научно-технической и инновационной сферах. Согласно Программе к намеченному периоду перед секторами народнохозяйственного комплекса стоят задачи по повсеместному внедрению действенных цифровых механизмов внедрению и предоставлению цифровых услуг, таких как медицинские, образовательные, транспортные, туристические, банковские, торговые, услуги связи и страхования, а также другие виды обслуживания посредством цифровой системы [2].

Технологические прорывы четвертой промышленной революции оказали глубокое влияние на бизнес-среду и ее участников, объединив промышленные технологии с цифровыми технологиями. Сегодня международные компании активно адаптируют свой бизнес к реалиям цифровой экономики. Старые «аналоговые» методы ведения бизнеса, такие как автоматизация операций или производственных процессов становятся неэффективными. Чтобы остаться на рынке, нужны модели управления нового уровня. В последние годы в моделях деловой и социальной активности наметилось направление трансформации, связанное с появлением нового поколения цифровых технологий, таких как искусственный интеллект, робототехника, интернет вещей, которые по масштабу и глубине воздействия объединяют интерактивные сети, физическое оборудование и управление конечным продуктом. Сегодня цифровые платформы используются для управления бизнес-процессами. Именно киберфизические системы и связанные с ними технологии (интернет вещей, умные города и энергетика, анализ больших данных) становятся новым драйвером развития эффективности не только бизнеса, но и множества секторов экономики.

Постепенно проникая во все сферы деловой деятельности, интернет вещей (IoT) вывел в число активно обсуждаемых технологических трендов такое понятие, как «промышленный интернет вещей» (IIoT). Технологии интернета вещей, применяемые в промышленности, позволяют существенно сократить затраты и повысить производительность. Интернет вещей позволяет промышленным компаниям трансформировать бизнес-модели и наращивать доходы от услуг.

Использование цифровых технологий, таких как искусственный интеллект и цифровая конкуренция, создает такие тенденции, как углубление отношений с клиентом, общение с ним в цифровой среде и чуткое реагирование на изменение его потребностей.

Присутствие бизнеса и потребителя в цифровой среде, использование искусственного интеллекта для поиска и обработки данных способствует глубокому вовлечению клиентов и персонализации маркетинга.

Сегодня цифровой бизнес – это бизнес-проект, основанный на взаимодействии людей, компаний и умных устройств на стыке физического и цифрового миров. В центре внимания цифрового бизнеса должны быть бизнес-модели и способы их реализации. Повышение эффективности бизнеса способствует созданию новых, более совершенных моделей, оптимально удовлетворяющих потребности человека, что приводит к увеличению прибыли или снижению затрат.

Этот процесс значительно ускорился в ходе «цифровой трансформации» бизнеса благодаря влиянию трех основных факторов:

1. Появление новых цифровых технологий позволяет значительно расширить рынок сбыта, снизить эксплуатационные расходы, ускорить этап обслуживания и т. д. без существенных вложений.

2. Увеличение потребительского спроса на цифровые технологии.

3. Конкуренты, вынуждающие все предприятия переходить на цифровые стандарты, чтобы остаться на рынке.

Охарактеризуем бизнес-модели компании в рамках цифровой экономики.

В 2000 г. Дж. Линдер и С. Кантрелл сосредоточились на базовом способе создания ценности, характеризующийся компонентами бизнес-модели, моделью бизнес-процесса (или операционной моделью) и моделью изменений. При этом модель изменений является ключевым способом, с помощью которого компания может изменяться с течением времени, чтобы оставаться прибыльной. Таким образом, авторы представили классическую бизнес-модель в виде статичной диаграммы, отображающей текущее состояние компании, которую следует дополнить моделью изменений, обеспечивающих сохранение уровня будущей прибыли. Сегодня основным драйвером таких изменений является цифровая трансформация бизнеса на основе технологических инноваций.

На сегодняшний день в самой известной бизнес-модели Business Model Canvas («Бизнес-канва»), разработанной в 2006 году швейцарскими бизнес-аналитиками Александром Остервальдом и Ивом Пинье, выделяют две группы ключевых факторов, создающих ценность и обеспечивающих конкурентоспособность современной компании.

Первая «входная» группа – это поставщики, в нее входят ресурсы, партнеры и бизнес-процессы.

Вторая «выходная» группа описывает клиентов: целевые группы потребителей каналы сбыта технологии общения и взаимодействия с клиентами.

Модель Business Canvas также включает две группы наиболее важных финансовых показателей деятельности компании: структуру затрат и потоки доходов, которые определяют конкурентоспособность компании.

Для сравнения бизнес-моделей в современной экономике ее делят на традиционную и платформенную. Новейшие платформенные бизнес-модели формируют ценность, за счет использования цифровых технологий, в частности, с помощью электронных цифровых каналов связи клиенты используют доступ в режиме реального времени к различным участникам экономики, что обеспечивает взаимодействие, а также равный доступ к информации и надежность для всех участников [3].

Ценность платформы – в предоставлении самой возможности прямой коммуникации и облегчении процедуры взаимодействия между участниками. Платформы снижают издержки и предоставляют дополнительное удобство как для поставщиков, так и для потребителей. Также они предполагают обмен информацией между действующими лицами, что должно существенно улучшить сотрудничество и способствовать созданию инновационных продуктов и решений. «Платформа» как бизнес-модель существует давно. В современном мире можно привести много активно растущих компаний, в основе которых функционируют принципы платформенной бизнес-модели. Яркими примерами платформенных бизнес-моделей, заменяющих традиционные бизнес-модели, являются: Uber – служба вызова водителя, Airbnb – служба бронирования жилья. Для создания ценности традиционная бизнес-модель использовала отношения, а именно: клиент – заказчик такси и непосредственный поставщик услуг – водитель такси. Главным связующим звеном в этих отношениях стал Call-центр, который принимал и обрабатывал заказы и звонки.

Платформенная бизнес-модель устранила Call-центр и заменила его новым, более мощным инструментом – мобильным приложением, позволившим сократить временные и финансовые затраты, обеспечивая ценность всем участникам данных отношений.

Внедрение цифровой трансформации кардинально меняет бизнес-модели кредитных организаций. В основе новой бизнес-модели находятся клиенты. С каждым клиентом устанавливаются особые отношения с момента его первого посещения веб-сайта кредитной организации. В основе таких отношений заложена внедренная в работу кредитной организации «Система управления взаимоотношениями с клиентами (CRM – Customer Relationship Management)». Кредитные организации используют различные подходы по внедрению системы CRM в свою структуру. Первая группа кредитных организаций считает целесообразным развивать навыки CRM в отделах и филиалах, вторая группа – создание CRM структуры в отделе маркетинга, третья – создание самостоятельного отдела.

В последние годы кредитные учреждения нашей страны инвестировали значительные объемы финансовых ресурсов с целью развития автоматизированных систем, расширения каналов, позволяющих дистанционно предоставлять услуги, а также на совершенствование бизнес-моделей.

Таким образом, современные тенденции технологического роста (виртуализация, облачные технологии, интернет вещей, цифровой анализ данных) открывают новые возможности для цифровой трансформации бизнеса, а переход к «цифровому производству» формирует новые экономические отрасли и сегменты.

Исходя из этого можно сделать следующие выводы:

1. Сфера применения платформенных бизнес-моделей – отрасли, имеющие высокую долю информации по отношению к другим факторам производства.
2. Внедрение бизнес-платформ в любой отрасли требует существенного изменения системы управления компанией, а значит и высоко затратного инвестиционного процесса.
3. В существующих бизнес-моделях компании менеджеры и инвесторы в первую очередь ориентируются на факторы внешней среды компании.
4. Внедрение цифровых методов в практику управления компанией требует кардинальной перестройки всей системы управления.

Литература

1. Утверждена «Концепция развития цифровой экономики в Туркменистане на 2019–2025 гг.» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.turkmenistan.ru/>. – Дата доступа: 30.11.2018.

2. Утверждена Программа «Возрождение новой эпохи могущественного государства: Национальная программа социально-экономического развития Туркменистана в 2022–2052 годах» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://turkmenistan.gov.tm/ru/>. – Дата доступа: 11.02.2022.

3. Гарифуллин, Б. М. Виды бизнес-моделей компаний в цифровой экономике / Б. М. Гарифуллин, В. В. Зябриков // Креативная экономика. – 2019. – Том 13 № 1. – С. 83–92.