

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КубГУ»)

Экономический факультет
Кафедра теоретической экономики

КУРСОВАЯ РАБОТА

БИЗНЕС-МОДЕЛИ ФИРМ НА ЭЛЕКТРОННЫХ РЫНКАХ: ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Работу выполнил А.А. Никитин 11.06.25 А.А. Никитин
(подпись, дата)

Направление подготовки 38.03.05 – Бизнес-информатика 2 курс ОФО, гр. 208
Направленность (профиль) Бизнес-информатика

Научный руководитель
канд. экон. наук, доцент Е. А. Авдеева 11.06.2025
(подпись, дата)

Нормоконтролер
канд. экон. наук, доцент Е. А. Авдеева 11.06.2025
(подпись, дата)

Краснодар
2025

Заведующий кафедрой
и декан
ФЭФ
Е. А. Авдеева

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
1. Теоретические аспекты формирования бизнес-моделей.....	5
1.1 Сущность бизнес-модели предприятия.....	5
1.2 Классификация бизнес-моделей предприятия и их эволюция.....	7
2. Проблемы и перспективы применения различных бизнес-моделей на электронных рынках	12
2.1 Особенности бизнес-моделей, применяемых технологическими компаниями.....	12
2.2 Анализ тенденций применения бизнес-моделей на рынках информационно-коммуникационных технологий	16
2.3 Проблемы адаптации бизнес-моделей к меняющейся среде	20
Заключение	23
Список использованных источников.....	26

ВВЕДЕНИЕ

Бизнес-модель – одно из ключевых понятий, применяемых как при построении бизнеса, так и при планировании его развития. Данное понятие представляет собой некую концептуальную структуру, описывающую основные элементы бизнеса, их взаимосвязи и способ их работы для создания ценности и получения прибыли. Это своего рода схема или план, который определяет, как компания намерена зарабатывать деньги, обслуживать клиентов и достигать своих целей. Можно сказать, что бизнес-модель играет решающую роль в успехе предприятия, поскольку обеспечивает основу для понимания бизнеса, стратегического планирования, принятия решений, инноваций и конкурентного преимущества.

Ясное и всестороннее понимание основных элементов бизнеса, таких как его ценностное предложение, целевой рынок, каналы сбыта и структура затрат помогает предприятиям не только лучше понять свой бизнес и его взаимосвязи с рынком, но и обеспечить конкурентоспособность своего продукта и предприятия в целом.

Бизнес-модели имеют широкий спектр применений в различных отраслях и типах организаций. Они являются основой для стартапов, поскольку они помогают определить ценностное предложение, целевой рынок и стратегию монетизации. Устоявшиеся предприятия используют бизнес-модели для переосмысления своей деятельности, внедрения инноваций и адаптации к изменяющимся рыночным условиям. Некоммерческие организации используют бизнес-модели для определения своих социальных целей, выявления источников финансирования и оценки эффективности своих программ. Используют бизнес-модели и государственные учреждения, как правило, для улучшения предоставления услуг, повышения эффективности и достижения общественных целей.

Актуальность проблемы выбора бизнес-моделей обусловлена развитием глобализации и цифровых технологий, усиливающих конкуренцию, что в

свою очередь вынуждает предприятия искать новые и инновационные способы создания стоимости и дифференциации. Идея бизнес-модели помогает предприятиям оценивать различные варианты и выбирать те, которые обеспечивают стабильность, конкурентоспособность и соответствуют целям и возможностям компании.

Целью данной работы является анализ роли бизнес-моделей в деятельности предприятий, а также рассмотрение эволюции бизнес-моделей в условиях цифровой экономики.

Для достижения цели исследования были поставлены и решены следующие задачи:

- рассмотреть понятие бизнес-модели предприятия,
- произвести классификацию бизнес-моделей предприятия,
- изучить специфику бизнес-моделей, применяемых технологическими компаниями,
- проанализировать тенденции применения бизнес-моделей на рынках информационно-коммуникационных технологий,
- выявить проблемы адаптации бизнес-моделей к меняющейся среде.

В качестве объекта исследования выступает концепция бизнес-модели предприятия.

Предметом работы выступает эволюция бизнес-моделей в условиях цифровой экономики.

В процессе написания курсовой работы были использованы следующие методы исследования: метод анализа, дедукции, индукции, измерения и сравнения.

Для написания данной работы использованы различные литературные источники, в том числе нормативные документы, учебники, учебные пособия, материалы информационной сети Интернет.

1 Теоретические аспекты формирования бизнес-моделей

1.1 Сущность бизнес-модели предприятия

Одним из условий эффективного управления экономическими системами поиск и использование адекватных методологических подходов, обеспечивающих такое управления, цель которого будет заключаться в улучшении адаптивности и повышении эффективности функционирования предприятия.

В настоящее время подход к управлению экономическими системами, направленный на сохранение равновесия экономической системы как главного критерия успеха ее деятельности активно пересматривается в научной литературе.

С точки зрения систем на экономическую систему действуют как внутренние, так и внешние факторы, предопределяющие поведение каждой отдельной системы в разные моменты времени. Непрерывное развитие информационного общества подвергает экономические системы постоянным изменениям. Экономические системы вынуждены не просто стабильно функционировать под влиянием внешних факторов, а именно адаптироваться в условиях рыночной неопределенности и постоянного риска. Способность к стабильной работе при параллельной адаптации является крайне важной функциональной особенностью .

Данный факт приводит нас к пониманию необходимости применения таких методологических подходов в анализе деятельности компании, которые позволят сформулировать модель бизнеса, которая будет не только устойчива и адаптивна, но обеспечит возможность дальнейшего стратегического развития компании.

В рамках таких методологических подходов предметом исследований становится бизнес-модель предприятия. Под бизнес-моделью предложено понимать устойчивый, обособленный, относительно самостоятельный

механизм воспроизводства потребительной стоимости, регулирующий возникающие по этому поводу экономические отношения и обеспечивающий жизнеспособность предприятия. Бизнес-модель определяет уникальные комбинации трудовых, финансовых, материальных, информационных, научно-технических и других ресурсов для создания и присвоения потребительной стоимости.

Основной целью создания бизнес-модели является выявление оптимального пути развития компании. Бизнес-модель помогает выявить и зафиксировать преимущества и конкурентные корпоративные или отраслевые отличия, оценить новые бизнес-процессы, определить необходимость внесения изменений в традиционные способы функционирования компании.

Таким образом бизнес-модель является представлением механизма привлечения и присвоения дохода предприятием, определяя формы организации экономических отношений с другими субъектами – клиентами и поставщиками.

Научный интерес к исследованию гносеологических и практических аспектов бизнес-моделей в мировой научной экономической литературе возник с конца 1990-х гг 20 века. Интерес ученых к исследованию теоретических основ бизнес-моделей и спрос бизнес-сообщества на результаты анализа опыта построения эффективных бизнес-моделей во многом обусловлен пониманием пределов применимости технологических инноваций.

Исследования, посвященные бизнес-моделям, условно можно разделить на две группы: статические и динамические бизнес-модели, но все они определяют бизнес-модель как базовую логику организации в создании ценности.

Н.Д. Стрекалова в работе «Концепция бизнес-модели: методология системного анализа» в рамках проведенного анализа различных определений бизнес-моделей» приходит к следующему выводу: сущность бизнес-модели

составляет механизм («то, как», способ, метод) ведения бизнеса. Автор отмечает: «Что касается выбора видовых признаков, раскрывающих содержание определяемого понятия, то они указывались в зависимости от того, какие аспекты бизнеса авторы выделяли в качестве основных».

1.2 Классификация бизнес-моделей предприятия и их эволюция

Подходы к природе бизнес-моделей можно разделить на две группы: статические и динамические. Статические бизнес-моделей можно также разделить на три группы. Первая группа включает экономические подходы, которые включают эмпирические исследования для анализа финансовых и экономических аспектов деятельности компаний. Изначально, бизнес-модели рассматривались на самом базовом уровне с точки зрения бизнес-моделей. Речь шла о логике привлечения прибыли. Важными являлись вопросы о потоках доходов, ценах, структуре затрат и процентных ставках.

Не считая экономический, различают также операционный и стратегический подходы. Отличительной особенностью операционного подхода является особое внимание к внутренним процессам компании. Этот подход рассматривает бизнес модель как определенную конфигурацию информационных потоков и их участников, а также архитектуру продукта/услуги.

Стратегический подход подчеркивает стратегические аспекты деятельности компании. На этом уровне решения о ключевых элементах бизнес-модели включают в себя выявление всех сторон, заинтересованных в создании ценности, а также рассмотрение возможностей партнерства. Соответственно, исследователи смотрят на то, как компания выбирает клиентов, определяет и дифференцирует свое предложение, решает, какие задачи выполнять самостоятельно, а какие передать на аутсорсинг, выходит на рынок и создает ценность для клиентов.

Таблица 1 – Статические подходы к рассмотрению понятия «бизнес-модель»

Название подхода	Отличительные особенности
Экономический	Упор на анализ финансово-экономических аспектов деятельности компании. Рассматривается логика формирования прибыли, источники получения дохода, ценообразование, структура издержек, норма валовой прибыли и ее объемы.
Операционный	Внимание к внутренним процессам и операциям на предприятии. Предприятие – есть некоторая конфигурация, архитектура продукта/услуги, потоков информации и ее участников.
Стратегический	Упор на стратегические аспекты деятельности компании, внимание на то, как компания выбирает своих клиентов, определяет и дифференцирует свои предложения, определяет задачи.

Авторы второй исследовательской группы, рассматривающие динамический подход сосредоточены на разработке универсальных инструментов, способных анализировать и улучшать бизнес-модели. Иначе говоря, такой подход фокусируется на описании динамической системы, изменяющей свои свойства с течением времени.. Вторая группа объединяет интегрирующие, структурные и системные бизнес-модели.

Интегрирующий подход представляет собой взгляд на бизнес-модель, интегрирующую в себе все три вышеназванных аспекта (экономический, операционный, стратегический). Данная бизнес-модель была представлена в работе «Бизнес-модель предпринимателя: к единой перспективе» Майкла Моррис, Майнета Шиндехутте и Джеффри Аллена. Авторы акцентируют внимание на необходимости концептуального представления бизнес-модели, которое бы вбирало в себя вышеназванные подходы. Авторы впервые предложили для описания бизнес-модели комплексную схему в виде матрицы, которая включает в себя шесть компонентов: факторы предложения, факторы рынка, факторы внутренних возможностей, факторы конкурентной стратегии, экономические факторы, факторы целей бизнеса. Эти компоненты

предлагается рассматривать на трех уровнях: базовом, уровне «собственника» и уровне «правил».

Структурный подход акцентирует внимание на совокупности взаимосвязанных ключевых подсистем бизнеса, отношения и связи между ними, но не рассматривает взаимодействие бизнес-системы со средой. Так, авторы определяют бизнес-модель как структуру ключевых взаимозависимых систем, которые создают и поддерживают конкурентоспособный бизнес.

При системном подходе бизнес рассматривается как открытая система, в совокупности с основными элементами и связями с окружающей ее внешней средой, с которой есть открытый информационный обмен (таблица 1). При этом авторы даже вводят понятие «открытые бизнес-модели». Однако есть разные подходы к пониманию системы в рамках описания бизнес-моделей. Одни рассматривают бизнес-модель как «систему, состоящую из элементов, связей между ними и динамики».

Другие авторы определяют бизнес-модель как «концепцию, которая необходима для того, чтобы состыковать идеи и технологии с их экономическими результатами».

Таблица 2 – Динамические подходы к рассмотрению понятия «бизнес-модель»

Название подхода	Отличительные особенности
Интегрирующий	Внимание на необходимости концептуального представления бизнес-модели. Включает в себя шесть компонентов: факторы предложения, факторы рынка, факторы внутренних возможностей, факторы конкурентной стратегии, экономические факторы, факторы целей бизнеса.
Структурный	Внимание на совокупности взаимосвязанных ключевых подсистем бизнеса, отношения и связи между ними.

Продолжение таблицы 2

Системный	Бизнес рассматривается как открытая система, в совокупности с основными элементами и связями с окружающей ее внешней средой. Бизнес-модель рассматривается как «система, состоящая из элементов, связей между ними и динамики». Бизнес-модель может также рассматриваться как «концепция, необходимая для состыковки идей и технологии с результатами».
-----------	---

Одной из последних работ, посвященных бизнес-моделям, стала книга Александра Остервальдера (Alexander Osterwalder), в которой он постарался дать определение, наиболее полно описывающее данный термин. Согласно его мнению, бизнес-модель описывает то, как компания создает, доставляет и реализовывает ценность. Разработанная им концепция предполагает описание бизнес-модели через девять блоков, которые показывают логику того, как компания зарабатывает деньги .

Эти девять блоков объединены в четыре бизнес области: клиенты, предложение (товар или услуга), необходимая инфраструктура и финансовая жизнеспособность. Иными словами, по мнению Остервальдера, бизнес-модель является планом того, как стратегия компании должна реализовываться в рамках ее внутренних структур, процессов и систем.

Подходы к определению термина бизнес-модель со временем эволюционируют, однако неизменным остается тот факт, что бизнес-модели позволяют ответить на ключевые для предприятия вопросы, скорректировать стратегические инициативы и быстро адаптироваться к постоянно трансформирующейся цифровой экономике.

Цифровая экономика значительно изменила бизнес-ландшафт. Предприятия претерпевают метаморфозу, трансформируя свои бизнес-модели

на фундаментальном уровне. Эта трансформация выходит за рамки простого внедрения технологий; это требует полного переосмысления создания ценности, взаимодействия с клиентами и общей бизнес-стратегии .

2 Проблемы и перспективы применения различных бизнес-моделей на электронных рынках

2.1 Особенности бизнес-моделей, применяемых технологическими компаниями

Бизнес-модель формируется на основе разностороннего анализа предприятия с использованием различных инструментов и шаблонов. Она определяет уникальные комбинации трудовых, финансовых, материальных, информационных, научно-технических и других ресурсов для создания и присвоения потребительной стоимости. Специфика последней, в свою очередь, воплощается в особенностях бизнес-модели.

Самый популярный подход к анализу бизнес-модели предприятия (Business Model Canvas) разработали Александр Остервальдер и Ив Пинье. Данный подход – прикладной по своей сути – призван решить, в первую очередь, не фундаментальные задачи, а частные управленческие. Он состоит из 9 блоков — ключевых элементов бизнеса. К данным блокам относятся: потребительские сегменты; ценностные предложения; каналы сбыта; отношения с клиентами; потоки доходов; ключевые ресурсы; ключевые виды деятельности; ключевые партнеры и структура издержек.

Блок «потребительские сегменты» описывает сегменты целевой аудитории на основе удовлетворяемых потребностей. Блок «ценностное предложение» описывает решаемую проблему, ключевое преимущество компании по сравнению с конкурентами. Блок «каналы коммуникации» определяет каналы сбыта продукции и привлечения клиентов. Блок «отношения с клиентами» описывает методы взаимодействия бизнеса с клиентами. Блок «потоки доходов» описывает модели создания денежных потоков и коммерциализации предприятия. Блок «главные ресурсы» определяет все ресурсы, необходимые для полноценного функционирования предприятия. Блок «ключевые виды деятельности» описывает процесс

создания и реализации ценностного предложения. Блок «ключевые партнеры» определяет контрагентов, необходимых для полноценного функционирования бизнеса. Блок «структура издержек» содержит перечисление расходов, необходимых для создания ценностного предложения.

Александр Остервальдер выделяет несколько основных типов бизнес-моделей, актуальных в настоящее время. К таким моделям относятся бизнес-модели «длинного хвоста», «многосторонняя платформа», «freemium», а также «открытая» и «разделенная» бизнес-модели.

«Длинный хвост» (the Long Tail) – подразумевает фокусировку фирмы на нише (на рынке, который состоит из очень малого количества покупателей). Основной упор делается именно на предоставление большого количества продуктов, каждый из которых продается сравнительно редко. Пример: Lulu.com – печать по требованию. Доступ к читателям получают нишевые авторы, которые могут продавать всего-навсего 50 экземпляров своей книги в год.

Многосторонняя платформа (Multi-Sided Platform) является примером бизнес-модели, в которой объединяются две или более различные, но взаимозависимые группы клиентов. Такие платформы представляют ценность для одной из групп только в том случае, если другие на ней также присутствуют, то есть платформа создает стоимость, облегчая взаимодействие между различными группами. Разрастаясь, модель привлекает все больше участников, что порождает феномен, известный как «сетевой эффект». К примеру, доход Google формируется от продажи контекстной рекламы, а чтобы привлечь широкую аудиторию, за которую готовы платить рекламодатели, компания создает массу бесплатных сервисов для обычных пользователей.

«Бесплатная» бизнес-модель (FREE as a Business Model) – базовый товар или услуга предоставляется бесплатно, а платит клиент только за дополнительные возможности /функции или виртуальные товары (например, виртуальные фишки в онлайн-казино или особую броню или оружие для

танка в онлайн-игре на военную тематику). Для обозначения данной модели также используется термин Freemium, происходящий от двух слов: free – бесплатный, premium – улучшенный, более высокого класса. Например, базовая услуга бесплатна для большинства пользователей и платная для премиум-пользователей: Skype, Linux.

«Открытая» бизнес-модель (Open Business Model) представляет собой концепцию ведения бизнеса за счет активного сотрудничества с внешними партнерами. Это может осуществляться «извне» – посредством использования внешних идей, или же «изнутри» – путем предоставления сторонним партнерам идей или активов, не востребованных фирмой. В рамках данной модели, как правило, не задействованы авторские права или патенты для интеллектуального вклада, который остается общественным достоянием. В качестве примера Остервальдер говорит о такой компании, как Procter & Gambler.

«Разделенная» бизнес-модель (Unbundling Business Model) – предполагает наличие трех фундаментальных форм бизнес-деятельности, ориентированных на клиентов, инновации и инфраструктуру. У каждой формы свои экономические, конкурентные и культурные правила. Три формы деятельности могут сосуществовать в пределах одной компании, но в идеале они должны быть «разделены» с целью исключения конфликтных ситуаций или нежелательного влияния.

В настоящее время также наблюдается становление новой бизнес-модели так называемого социального предпринимательства.

В Федеральном законе «О внесении изменений в Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (от 26.07.2019 №245-ФЗ) введено понятие «социальное предпринимательство», которое определяется как предпринимательская деятельность, направленная на достижение общественно полезных целей и способствующая решению социальных проблем граждан и общества.

Авторы книги «Profit from Software Ecosystems» («Прибыль экосистем

программного обеспечения») Карл Попп и Ральф Мейер выделяют ряд других моделей ведения бизнеса: создатель, поставщик, арендодатель, брокер.

Создатель (creator) занимается тем, что разрабатывает собственный продукт. Примером является компания Apple и ее iPod, iPhone и iPad. Конечно же, создателем является Microsoft – разработчик всемирно известных офисных приложений и операционной системы Windows.

Поставщик (distributor) покупает продукт и предоставляет его своим клиентам. Это предприятия оптовой и розничной торговли: Sears, Saks, розничные магазины Apple, iTunes App Store.

Арендодатель (lessor) предоставляет временное право на использование, но не владение продуктом или услугой для клиентов (землевладельцы-арендодатели, финансовые кредиторы, консультанты и софтверные компании, предоставляющие лицензии для заказчиков на свое программные обеспечение).

Брокер (broker) выполняет посреднические функции между покупателями и продавцами, никогда не становится владельцем товаров и услуг. Примерами могут служить фондовые брокеры или рекламный бизнес Google, имеющий целью сведение рекламодателей с потенциальными клиентами, брокеры по персоналу, предоставляющие («сдающие в аренду») своих сотрудников клиентам (аутстаффинг).

В результате комбинации различных подходов при заполнении шаблона можно получить разнообразные бизнес-модели, в том числе применяемые технологическими компаниями. Рассмотрим бизнес-модели, применяемые в современной индустрии цифровых технологий.

Продуктовая модель является узкоспециализированной частью модели «создатель». В данной модели фокус отдается разработке и продаже программных продуктов. Основной акцент делается на инновации и функциональность продукта, с целью удовлетворения конкретных потребностей потребителей.

Бизнес-модель «услуги и консалтинг» включает в себя предоставление профессиональных услуг, таких как разработка на заказ, IT-консалтинг, поддержка и обслуживание. Главная ценность заключается в экспертизе и индивидуальном подходе к каждому клиенту.

Бизнес-модель SaaS (Software as a Service) предполагает предоставление программного обеспечения как сервиса через интернет. Клиенты приобретают подписку для получения доступа к программе, тем самым обеспечивая постоянный источник дохода для разработчиков.

Бизнес-модели PaaS (Platform as a Service) и IaaS (Infrastructure as a Service) предлагают платформы и инфраструктуру как сервисы. Они позволяют клиентам разрабатывать, запускать и управлять приложениями без необходимости владения собственной инфраструктурой.

Бизнес-модель «Лицензирование и Подписка» включает в себя продажу лицензий на использование программного обеспечения или доступа к нему по подписке. Это обеспечивает регулярный доход и удобство для клиентов.

2.2 Анализ тенденций применения бизнес-моделей на рынках информационно-коммуникационных технологий

Рынки телекоммуникаций обеспечивают взаимодействие участников рынка в информационном пространстве и способствуют созданию особых, не существовавших ранее сегментов рынка (например, рынка мобильной связи, рынка программного обеспечения) и конкретных экономических институтов, таких как дата-центр.

Особенностью информационно-коммуникационного рынка является конвергентность, то есть взаимное проникновение, интеграция или сочетание информационно-коммуникационных технологий в процессе создания и обмена информацией. Эту связь обеспечивает Всемирная паутина, и хотя по многим причинам Интернет не связан с мобильными телефонами или цифровым телевидением, он функционально интегрирован с помощью

программных приложений и современных технологических средств связи.

При этом существующие устройства без доступа в Интернет не смогут реализовать все запрограммированные функции. Это позволяет подчеркнуть еще одну особенность рынка информационно-коммуникационных технологий (ИКТ): сложность услуг. В целом конечным пользователям нужны не отдельные устройства и программное обеспечение, а комплекс аппаратно-программного обеспечения, который обеспечит немедленную работу купленного устройства.

Сегодня рынок ИКТ является достаточно динамичным сектором экономики. По данным аналитиков компании Gartner, в 2024 г. его емкость составила 4 трлн долл.

Таблица 3 – Оценка объема рынка ИТ в период 2021 – 2024 гг

	Объем рынка 2021 г., млрд. долл.	Рост 2021/2022, %	Объем рынка 2022 г., млрд. долл.	Рост 2022/2023, %	Объем рынка 2023 г., млрд. долл.	Рост 2023/2024, %
Дата-центры	205	-2,7%	208	1,9%	212	1,5%
Корпоративное ПО	456	8,5%	503	10,5%	556	10,5%
Устройства	682	-4,3%	688	0,8%	685	-0,3%
ИТ-сервисы	1030	3,6%	1081	5%	1140	5,5%
Коммуникационные сервисы	1364	-1,1%	1384	1,5%	1413	2,1%
Итого	3737	0,5%	3865	3,4%	4007	3,7%

Как свидетельствует представленная выше таблица, наиболее динамично будет развиваться сегмент корпоративного программного обеспечения. Так, в 2021 г. его темп роста составил 8,5%, или 456 млрд. долл. По прогнозам, темпы его роста в следующем году могут составить 10,5%. Причина такой динамики, по мнению аналитиков, будет состоять в росте привлекательности программных сервисов и приложений, которые

становятся более доступными благодаря развитию облачных технологий. Выбор сегмента предопределяет бизнес-модель предприятия. В рамках исследования тенденций применения бизнес-моделей на рынках информационно-коммуникационных технологий было выбрано 50 крупнейших компаний в России в сфере ИТ по версии аналитического центра Tadviser . Многие проанализированные компании применяют различные бизнес-модели, мы сфокусируемся на 3 из них: B2B («business to business»), B2C («business to customers») и B2G («business to government»). Исходя из анализа деятельности компаний было выявлено, что наиболее распространенными бизнес-моделями являются B2B (45%) и B2C(48%).

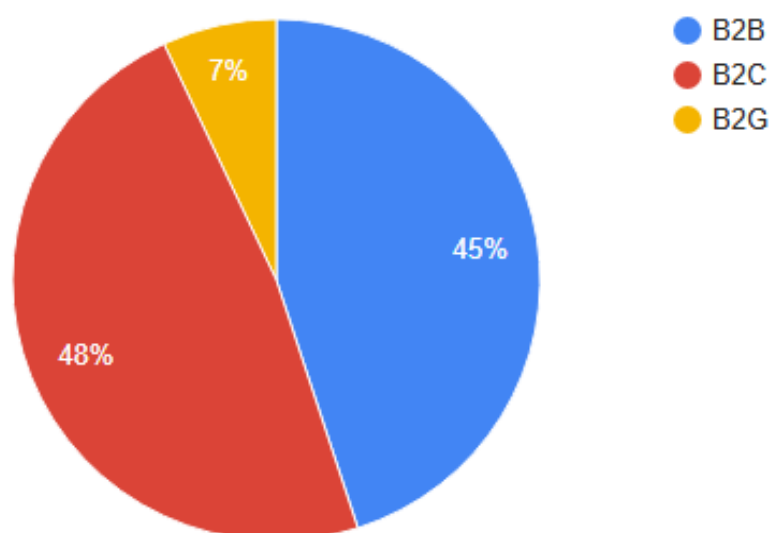


Рисунок 1 – Бизнес-модели ИТ компаний с наибольшей выручкой в 2024 году

Необходимо отметить тот факт, что 36 из 50 наиболее передовых российских компаний сотрудничают с государством по вопросам предоставления информационных решений.

Наиболее приоритетные проекты цифровизации отрасли выполняются в рамках федерального проекта «Цифровое государственное управление» национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации». Их

реализация направлена на цифровую трансформацию системы государственного управления, которая обеспечит новый уровень предоставления услуг, необходимых для повышения качества жизни граждан и развития бизнеса.

В результате реализации данной программы происходит тесное сотрудничество между бизнесом и государством, что обеспечивает стабильное развитие ИТ-компаний и активную цифровизацию госсектора. Госсектор – одна из точек роста российской ИТ-отрасли: ведомства и госкорпорации остаются ключевыми заказчиками различных ИТ-систем и сервисов несмотря на санкции и сокращение бюджетов.



Рисунок 2 – Крупнейшие ИТ-поставщики в госсекторе за 2024 год

По итогам первой половины 2023 года расходы бизнеса и государственного сектора на импортозамещение в области программного обеспечения достигли 45% от общих инвестиций в сфере ИТ. В 2024 году этот

показатель равнялся 53%. В госсекторе импортозамещение идёт быстрее, чем на корпоративном рынке.

Таким образом, наблюдается рост внимания государства к ИТ-сфере в результате реализации программы цифровой трансформации. Как следствие, рост сотрудничества между бизнесом и государством, выход бизнеса на B2G. Стоит отметить, что обеспечение развития фундаментальных исследований в области инновационной экономики является одной из главных задач государства. Государство стимулирует инновационную активность через определенные импульсы для научных учреждений, компаний, которые трансформируют научные разработки в современные технологии.

2.3 Проблемы адаптации бизнес-моделей к меняющейся среде

Своеобразным триггером, оказывающим серьезное влияние на развитие рынка ИКТ, выступила пандемия, в результате которой многие компании перестроили свой формат работы, переводя большее количество своих сотрудников на удаленную работу. Тем самым возрос спрос на облачные сервисы и цифровые каналы коммуникации, призванные обеспечивать взаимодействие работников как с внешней средой, так и внутри компании. Аналогично будет расти спрос на платформенные ИТ-решения, такие как агрегаторы по доставке товаров, электронные площадки и другие. Ряд авторитетных международных агентств, специализирующихся на исследованиях рынка информационно-телекоммуникационных технологий, считают, что после шока и хаоса в 2020 году, компаниям придется наращивать объемы использования информационных технологий, особенно в сфере бизнес-коммуникаций, чтобы сохранить свои конкурентные позиции и финансовую устойчивость.

Из этого следует, что бизнес-модели должны постоянно адаптироваться к меняющейся среде, чтобы оставаться конкурентоспособными и успешными. Затруднить эту адаптацию могут не только внешние кризисы, но и ряд других

проблем.

Конкурентоспособность компаний имеет тесную связь с эффективностью и преимуществами, полученными в результате инновационной деятельности. Чтобы быть успешными, современным компаниям необходимо модернизировать модель взаимодействия с поставщиками, клиентами. Здесь говорится о внедрении интегрированных информационных систем при сохранении ключевой роли сотрудников, которые обладают высокой квалификацией, необходимыми навыками управления.

Исследования, проведенные группой ученых, показали, что успешные производственные компании осуществляют инновации бизнес-моделей с поддержкой технологий искусственного интеллекта (ИИ) динамичным образом, где различные функции ИИ влияют на процессы создания ценности, доставки ценности и захвата ценности.

По своей сути инновации включают в себя процесс генерации и реализации новых идей, технологий, продуктов или бизнес-моделей, которые создают ценность и способствуют прогрессу в различных сферах человеческой деятельности.

Быстрый технологический прогресс приводит к появлению новых продуктов, услуг и способов ведения бизнеса, что требует достаточно быстрой адаптации бизнес-моделей для поддержания конкурентоспособности.

Изменение потребительских предпочтений также влечет пересмотр бизнес-моделей таким образом, чтобы продукт предприятия или услуга соответствовали изменениям в потребительских предпочтениях.

Глобализация и появление новых конкурентов усиливают конкуренцию, что вынуждает предприятия дифференцироваться и адаптироваться, соответственно корректировать и менять свои бизнес-модели, чтобы выделяться на рынке.

Ко всему прочему меняющееся регулирование и законодательство могут существенно повлиять на бизнес-модели, требуя их адаптации к новым

требованиям.

В результате неадаптации существует риск потери рыночной доли, снижению конкурентоспособности и прибыльности. Устаревшие бизнес-модели могут привести к снижению прибыльности из-за неэффективности и несоответствия рыночным потребностям. В крайних случаях неспособность адаптироваться к меняющейся среде может привести к банкротству.

Тем не менее, стоит отметить, что ИТ-компании являются незаменимыми партнерами в цифровой трансформации России, предоставляя технологии, решения и экспертизу, необходимые для внедрения передовых цифровых практик и повышения конкурентоспособности страны.

В следствие этого Правительство России признает важную роль ИТ-компаний в цифровой трансформации и реализует меры поддержки отрасли. Государство предоставляет налоговые льготы, гранты, инвестирует в НИОКР, занимается созданием благоприятных условий для развития ИТ-стартапов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Бизнес-модели имеют решающее значение для предприятий. Они позволяют описывать ключевые параметры, такие как процесс создания и доставки ценности клиентам, следовательно, денежные потоки и процесс генерации прибыли. Таким образом обеспечивается общая основа для стратегического принятия решений.

Неотъемлемой частью бизнес-моделей является описание целевых клиентов и их потребностей. Данный пункт является принципиально важным, так как играет ключевую роль в построении стратегии коммуникации и поддержания долгосрочных отношений с клиентами.

Кроме того, инвесторы и кредиторы полагаются на бизнес-модели, чтобы оценить потенциальный рост, прибыльность и риски предприятия. Хорошо продуманная бизнес-модель может повысить привлекательность предприятия для инвестиций и финансирования.

В рамках выполнения работы были рассмотрены различные подходы к классификации бизнес-моделей. Стоит отметить, что данные подходы часто используются в совокупности для получения целостного представления о системе, как о компонентах системы, так и о ее взаимодействии с другими системами. В условиях цифровой трансформации, требующей немедленного реагирования предприятий на внешние обстоятельства данный подход является наиболее оптимальным.

Немаловажным является получаемый в результате анализа бизнес-модели результат. Так, бизнес-модели технологических компаний значительно отличаются от «традиционных». Данное обстоятельство вызвано особой ролью инноваций, необходимых в условиях конкуренции на цифровых рынках. Развитие цифровой экономики привело к трансформации бизнес-моделей предприятий. Сфера информационно-коммуникационных технологий значительно повлияла на эволюцию подходов компаний в различных сферах бизнеса.

Цифровые технологии позволили предприятиям действовать как агрегаторы и платформы, связывая покупателей и продавцов, создавая сетевые эффекты и расширяя масштаб. Технологии искусственного интеллекта (ИИ) автоматизируют операционную деятельность предприятий, повышая эффективность, сокращая затраты, тем самым трансформируя бизнес-модели компаний.

Кроме того, цифровые технологии позволяют предприятиям персонализировать продукты, услуги и маркетинговые сообщения для каждого клиента, что приводит к более высокому уровню удовлетворенности и лояльности. А устранение географических и физических ограничений позволило предприятиям обслуживать специализированные ниши и продавать широкий ассортимент продуктов по сниженным затратам

В рамках исследования рассмотрены различные виды бизнес-моделей на рынках информационно-коммуникационных технологий, а также выявлены наиболее перспективные. Так, многие крупные российские технологические компании активно сотрудничают не только между собой, но и с государством в частности. Это вызвано тем, что цифровая экономика поощряет сотрудничество и формирование экосистем, в которых предприятия объединяются для создания ценности и дифференциации. Стоит отметить, что данный эффект в особой степени проявляется в России, посредством активного сотрудничества между крупнейшими IT-компаниями и государством, что в свою очередь привело к значительному ускорению цифровой трансформации государственного сектора.

Данное сотрудничество является ключевым фактором, обеспечивающим существование и развитие, так как цифровая экономика не только предлагает новые решения, но и создает новые проблемы.

Основной проблемой является специфика конкуренции на цифровых рынках, вынуждающая компании немедленно реагировать на внешнюю среду, следить за инновациям, быстро их внедрять и, конечно, постоянно адаптироваться.

Подводя итоги, стоит сказать, что цифровая экономика ускорила темпы трансформации бизнес-моделей, что привело к появлению новых и революционных способов создания и доставки ценности компаний, вместе с тем усилив конкуренцию и потребность в быстрой адаптации компаний в новой среде.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Афуа А., Туччи К. Internet Business Models and Strategies. Boston: McGraw Hill, 2003.
2. Бурстрем Т., Парида В., Лахти Т., Винсент Дж. AI-Enabled Business-Model Innovation and Transformation in Industrial Ecosystems: A Framework, Model and Outline for Further Research // Journal of Business Research. – 2021. – № 127. – С. 85–95.
3. Бизнес-модель Остервальдера: что это такое? – URL: <https://habr.com/ru/companies/productstar/articles/508926/> (дата обращения: 16.05.2024).
4. **17 бизнес-моделей. Придумать новую или использовать старую?** – URL: <https://kontur.ru/articles/5030> (дата обращения: 16.05.2024).
5. Кадырова Р. А. Роль инноваций, науки и государства в развитии экономики // Universum: экономика и юриспруденция. – 2021. – № 1. – С. 77.
6. Кувадов П. Б., Солтанова Г. Д., Акмырадова Ч. К. Трансформация бизнес-моделей предприятий в условиях цифровой экономики // Всемирный ученый. – 2024. – № 19. – С. 710–715.
7. Кузнецов А. Р. Инновации и экономический рост // Всемирный ученый. – 2024. – № 19. – С. 716–720.
8. Ловкова Е. С., Новикова О. А. Индустрия 4.0 – Положительные и негативные стороны развития // Журнал прикладных исследований. – 2021. – № 4. – С. 18–22.
9. Межов С. И., Болденков А. В. Понятие бизнес-модели: сущность, типология и основные принципы построения // Экономика Профессия Бизнес. – 2016. – № 21. – С. 24–30.
10. **Ранкинг TAdviser100: Крупнейшие ИТ-компании в России 2023** – URL: <https://www.tadviser.ru/index.php/> (дата обращения: 16.05.2024).
11. Сергиевич Т. В. Теоретико-методологические подходы к исследованию бизнес-модели // Экономическая наука сегодня. – 2022. – № 15. – С. 36–48.
12. Стрекалова Н. Д. Концепция бизнес-модели: методология системного анализа // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. – 2009. – № 92. – С. 95–105.

13. Тесленко И. Б., Хохлова О. Н. Социальное предпринимательство: особенности российской бизнес-модели, достижения и проблемы развития // Журнал прикладных исследований. – 2021. – № 4. – С. 18–22.
14. Тинякова В. И., Морозова Н. И. Развитие информационно-коммуникационного рынка и его влияние на бизнес-модели компаний и формат взаимодействия населения с органами публичной власти // Современная экономика. – 2021. – № 9. – С. 139–148.
15. Федеральный закон «О внесении изменений в Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» в части закрепления понятий «социальное предпринимательство», «социальное предприятие» от 26.07.2019 № 245–ФЗ. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_329995/ (дата обращения: 16.05.2024).
16. Цифровизация госсектора – URL: <https://www.tadviser.ru/index.php/> (дата обращения: 16.05.2024).
17. Шамина Л. К., Бабкин А. В. Анализ применения методологических подходов к управлению экономическими системами // Научно-технические ведомости СПбГУ. – 2008. – № 1. – С. 18–21.
18. Шевцов В. В. Бизнес-модель - конструктивная часть бизнес-плана // Экономика и социум. – 2020. – № 11. – С. 1544–1547.
19. Изучаем спектр бизнес-моделей в IT – URL: <https://codelibrary.info/articles/biznes-modeli-v-it> (дата обращения: 16.05.2024).
20. Chesbrough H., Rosenbloom R. The role of the business model in capturing value from innovation: evidence from Xerox Corporation's technology spin-off companies // Industrial and Corporate Change. – 2002. – Vol. 11 (3). – P. 529–555.
21. Mayo M., Brown G. Building a competitive business model // Ivey Business Journal. – 1999. – Vol. 63 (3). – P. 18–23.
22. Morris M., Schindehutte M., Allen J. The entrepreneur's business model: toward a unified perspective // Journal of Business Research. – 2005. – Vol. 58 (6). – P. 726–735.
23. Osterwalder A., Yves Pigneur. Business Model Generation, 2009.

24. Popp K., Meyer R. Profit from Software Ecosystems: Business Models, Ecosystems and Partnerships in the Software Industry. – Norderstedt: Books on Demand, 2010.
25. Slywotzky A. Value Migration. Boston (MA): Harvard Business Review Press, 1996.

