

УДК 334.7

ББК 65.29

DOI: 10.25683/VOLBI.2020.50.166

Камаева Галина Денисовна.

Student of the Master's program of the Department of Economics and Entrepreneurship,
Volgograd State Technical University,
Russian Federation, Volgograd,
e-mail: kamaeva.galya@list.ru

Shakhovskaya Larisa Semenovna,

Doctor of Economics,
Professor of the Department of Economics and Entrepreneurship,
Volgograd State Technical University,
Russian Federation, Volgograd,
e-mail: mamol4k@yandex.ru

Камаева Галина Денисовна,

магистрант кафедры экономики
и предпринимательства,
Волгоградский государственный технический университет,
Российская Федерация, Волгоград,
e-mail: kamaeva.galya@list.ru

Шаховская Лариса Семеновна,

д-р экон. наук,
профессор кафедры экономики и предпринимательства,
Волгоградский государственный технический университет,
Российская Федерация, Волгоград,
e-mail: mamol4k@yandex.ru

ОБЪЕКТИВНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ В БИЗНЕСЕ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

OBJECTIVE CHANGES IN BUSINESS IN THE CONDITIONS OF DIGITALIZATION OF ECONOMY

08.00.05 — Экономика и управление народным хозяйством

08.00.05 — Economics and management of a national economy

Статья знакомит с изменениями в бизнесе, произошедшими с развитием цифровой экономики. Выявлены и обоснованы отличия цифровой экономики сегодняшнего дня от доцифровой эпохи, рассмотрены и классифицированы основные бизнес-модели и выделены основные драйверы изменений в современном бизнесе. В результате анализа показано, что во всех определениях понятия «бизнес-модель» общим является то, что авторы используют процессный (а не функциональный) подход к управлению и включают в бизнес-модель ключевые факторы, с помощью которых фирма создает ценность для клиента и обеспечивает тем самым свою конкурентоспособность, опираясь преимущественно на факторы внешней среды. Если смотреть на цифровую экономику с точки зрения новых бизнес-моделей, главной идеей является переход от продуктовой к сервисной модели, объектом продажи и потребления в которой становится не только и не столько сам продукт, сколько услуги, оказываемые пользователю в связи с этим продуктом. В традиционных бизнес-моделях существуют факторы, ограничивающие возможность эффективного взаимодействия участников рынка.

Таким образом, можно сделать вывод, что переход к модели цифровой экономики во всем мире и, в частности, в России и Волгоградской области сопровождается принципиально новыми, качественными изменениями социально-экономических отношений на уровне бизнес-структур. Традиционным предприятиям приходится меняться и учиться использовать современные технологии для сохранения конкурентоспособности и выживания. Ведь пользуясь цифровыми технологиями, предприятия смогут достичь увеличения производительности труда, уменьшения себестоимости продукции, улучшения качества, ускорения процесса выхода на рынок новых продуктов.

This article introduces business changes due to the development of the digital economy. The differences between the digital economy of today and the pre-digital era are identified and justified, the main business models are reviewed and classified, and the main drivers of changes in modern business are

highlighted. The analysis showed that in all definitions of the concept of a business model, it is common that the authors use a process (rather than a functional) approach to management, and include in the business model the key factors by which the company creates value for the client and provides most competitiveness, relying mainly on environmental factors. If you look at the digital economy from the point of view of new business models, the main idea is the transition from a product to a service model, in which the object of sale and consumption becomes not only and not so much the product itself, but the services provided to the user in connection with this product. In traditional business models, there are factors that limit the ability of effective interaction between market participants.

From which we can conclude that the transition to a digital economy model throughout the world and, in particular, in Russia and the Volgograd region is accompanied by fundamentally new, qualitative changes in socio-economic relations at the level of business structures. Traditional businesses have to change and learn to use modern technology to remain competitive and survive. Indeed, using digital technologies, enterprises will be able to achieve increased labor productivity, reduced production costs, improved quality, accelerated the process of new products entering the market.

Ключевые слова: бизнес, цифровой бизнес, цифровая экономика, бизнес-модели, продуктовая модель, сервисная модель, цифровая модель, платформенная модель, сервисный контракт, технологические инновации.

Keywords: business, digital business, digital economy, business models, product model, service model, digital model, platform model, service contract, technological innovation.

Введение

Актуальность. С появлением Интернета в мире произошли значительные изменения, название которым — информатизация. Информатизация затронула практически все сферы жизнедеятельности человека, включая экономику,

способствуя возникновению цифровой экономики, а та, в свою очередь, изменила традиционный бизнес. Возникли новые модели производства, которые не ограничивают возможность эффективного взаимодействия участников рынка. Целесообразность изучения обозначенной проблемы обосновывается необходимостью выявления перспективных моделей формирования цифровой экономики.

Изученность проблемы. Проблематика бизнеса, цифрового бизнеса и бизнес-моделей имеет важное направление развития как в России, так и за рубежом. Б. Гейтс был одним из первых, кто высказался насчет развития бизнеса в цифровой среде. Также можно выделить и других людей — Дж. Линдера, С. Кантрелла, Г. Чесбро, Х. Вертнера, Р. Мустафа, А. Остервальдера и И. Пинье. Цифровизация и цифровая экономика — не менее перспективные темы для исследования среди экономистов. Среди них можно выделить работы Б. Гарифуллина и И. Стрелковой.

Научная новизна проведенного исследования заключается в обосновании необходимости формирования новых форм организации бизнеса под влиянием цифровизации экономики, благодаря чему можно выделить критерии для сравнения платформенных и традиционных бизнес-моделей, а также определить примеры платформенных моделей на региональном уровне.

Цель настоящей статьи заключается в анализе цифрового бизнеса, а также изучении подходов к классификации и сравнению преимуществ различных моделей ведения бизнеса в условиях цифровизации экономики.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**:

- 1) выделить основные драйверы изменения бизнеса в условиях цифровизации экономики;
- 2) определить и проанализировать историю развития термина «цифровой бизнес»;
- 3) проанализировать и сравнить бизнес-модели современной и доцифровой экономик.

Методы исследования. Решение поставленных в исследовании задач осуществлялось с применением системного подхода, методов и инструментальных технологий научного исследования. При сборе информации использовалось анкетирование с применением интернет-ресурсов.

Теоретическая значимость заключается в разработке единых методических подходов к формированию критериев для сравнения платформенных и традиционных бизнес-моделей.

Практическая значимость работы состоит в возможности применения авторских теоретических подходов на практике при выделении платформенных и традиционных бизнес-моделей на региональном уровне.

Основная часть

Почти около шестидесяти лет назад появился Интернет — когда в далеком 1961 г. по заданию Минобороны США DARPA начала работу над экспериментальным проектом по созданию сети между компьютерами для передачи пакетов данных [1].

Прямо сейчас Интернет — это неотъемлемая часть современной жизни, и с каждым годом Всемирная паутина все больше охватывает разные сферы жизни людей.

В 1999 году Билл Гейтс, американский предприниматель и общественный деятель, в книге «Бизнес со скоростью мысли» детализировал идеи информационной революции. Он считал, что развитие информационных технологий, и в частности Интернета, оказывает значительное

влияние на все стороны жизни общества — в особенности на бизнес, который должен мгновенно реагировать на изменения в экономике. Он написал: «В будущем на рынке останется два вида компаний: те, кто в Интернете, и те, кто вышел из бизнеса» [2].

И с этим сложно поспорить, особенно сейчас — в 2020 г. Глобальные расходы компаний на цифровую трансформацию продолжают расти в среднем на 16—18 % в год, пишут в международном аналитическом агентстве IDC. По итогам 2017 г. их объем превысил \$ 1,3 трлн, а к 2021 г. увеличится до \$ 2,1 трлн. Большая часть затрат на цифровую трансформацию (\$ 662 млрд) будет направлена на технологии, поддерживающие новые или расширяющие существующие операционные модели. Второй по величине областью инвестиций (\$ 326 млрд) станут технологии, преобразующие взаимодействие с клиентами, позволяя управлять лояльностью и создавать индивидуальные предложения [3].

Основное отличие цифровой экономики сегодняшнего дня от доцифровой эпохи заключается в том, что в жизненный цикл продукта, построенный на основе цифровой модели, активно вовлекается клиент [4]. Происходит это потому, что проданное заказчику изделие или услуга оснащаются управляющей электроникой вообще и устройствами съема первичной информации в частности. То есть в цифровой экономике главной мыслью является трансформация продуктовой модели в сервисную [5].

Что такое продуктовая и сервисные модели? Продуктовая модель какой-либо компании предполагает, что компания делает и развивает свои продукты, которые потом продаются большому числу заказчиков без изменения, т. е. как готовый продукт [6]. Сервисная же бизнес-модель основана на сервисных контрактах. Сервисный контракт — это комплексное предложение изделия и связанных с ним услуг, создающее дополнительную ценность как в момент продажи, так и на протяжении всего срока службы изделия. Услуги, которые оказываются покупателю, становятся главным объектом в сервисной модели, продукт уходит на второй план [7]. К примеру, английская компания, специализирующаяся на выпуске автомобилей класса люкс Rolls-Royce уже не продает клиентам авиационные двигатели. Вместо этого она предлагает им услугу TotalCare, в рамках которой оплачиваются только часы эксплуатации каждого двигателя [8].

Таким образом, очевидны три драйвера изменений:

- 1) вовлечение клиента на всех этапах жизненного цикла продукта (услуги) в процесс его эксплуатации;
- 2) использование информации как коммерческого объекта;
- 3) переход от продуктовой к сервисной модели.

История возникновения термина «цифровой бизнес». Важное событие 1994 г. — это появление знаменитой книги канадского экономиста и консультанта по бизнесу Дона Тапскотта под названием «Электронно-цифровое общество». Строго говоря, книга была напечатана несколько позже, но рукопись была подготовлена в 1994 г., а в 2014 г. вышло юбилейное издание в связи с ее двадцатилетием. В ней Д. Тапскотт проанализировал тенденции в изменении транзакционных издержек, на основе чего сформулировал ряд гипотез о переходе бизнеса в новые медиа [9].

Исследовательская и консалтинговая компания Gartner определила в 2014 г. «цифровой бизнес» как новую модель бизнеса, охватывающую людей (бизнес, вещи), масштабируемую глобально для всего мира за счет использования информационных технологий, Интернета, всех их свойств, предполагая эффективное персональное обслуживание

«всех, везде, всегда». Эксперты компании Boston Consulting Group считают, что цифровизация — это использование возможностей онлайн-общения и инновационных цифровых технологий всеми участниками экономической системы от отдельных людей до крупных компаний и государств [10]. Однако данный термин возник гораздо раньше.

Еще в 2000 г. Дж. Линдер и С. Кантрелл сконцентрировали свое внимание на основном способе создания ценности, который может быть представлен по-разному: через компоненты бизнес-модели, операционной модели и модели изменения. Модель изменения является основным способом того, как компания будет изменяться во времени, чтобы оставаться прибыльной. Таким образом, авторы представили классическую бизнес-модель как статичную схему, описывающую сегодняшнее состояние фирмы, которая обязательно должна быть дополнена моделью изменений, обеспечивающих сохранение достигнутого уровня прибыльности в будущем. Основным драйвером таких изменений в настоящее время является цифровая трансформация бизнеса на основе технологических инноваций.

В 2006 году Г. Чесбро ввел в научный оборот, пожалуй, самое широко представление о бизнес-модели фирмы. Он определил ее как «способ, который компания использует для создания ценности и получения прибыли». В том же духе в 2008 г. определили бизнес-модель фирмы и Х. Вертнер и Р. Мустафа: «концептуальное описание того, как компания покупает и продает товары и услуги и зарабатывает деньги». К сожалению, под такое общее описание может подойти любое схематичное описание фирмы, в том числе и то, что вовсе не передает ее наиболее существенные черты, а поэтому вообще не образует модели. Скорее такой общий подход предполагает ни на чем не основанный отказ от использования теории менеджмента в пользу обобщения и распространения практического опыта ведения предпринимательской деятельности. В этом случае не остается шансов на благотворное соединение теории и практики менеджмента, поэтому вышеприведенные определения требуют уточнения.

Пожалуй, наиболее известной сегодня бизнес-моделью является модель швейцарских бизнес-аналитиков Александра Остервальда и Ива Пинье Business Model Canvas («Бизнес-канва»), в рамках которой авторы выделили две группы основных факторов, формирующих ценность и обеспечивающих конкурентоспособность современной фирмы. Первая «входная» группа относится к поставщикам и включает: ресурсы, партнеров, процессы. Вторая группа (условно «выходная») описывает клиентов: целевые группы потребителей, каналы распределения, технологии взаимодействия с клиентами.

Модель «Бизнес-канва» включает также и две группы наиболее важных финансовых показателей деятельности фирмы — структуру затрат и потоки доходов, во многом определяющие конкурентоспособность фирмы.

В своей книге А. Остервальдер и И. Пинье определили бизнес-модель как концептуальный «инструмент», содержащий «набор объектов, понятий и их взаимосвязей с целью выразить бизнес-логику конкретной компании» (Rozeia Mustafa, Werthner, 2011), таким образом, авторы положили в основу своей модели детализированную бизнес-идею, причем сделали акцент на внешней среде фирме, полагая, что именно гармоничная «включенность» фирмы в ее внешнее окружение (а не факторы внутренней среды — культура, структура и т. д.) обеспечивает фирме конкурентоспособность. Однако любая модель должна выделять наиболее

важные элементы системы и при этом игнорировать несущественные, а современная теория стратегического менеджмента говорит о том, что судьбу фирмы определяют не только внешние, но и внутренние факторы (стратегия, культура, структура и т. д.), а в ситуации высокой неопределенности и турбулентности экономической среды успех обусловлен также гибкостью реагирования на непредвиденные угрозы и открывающиеся возможности. Поэтому актуальным становится вопрос о дополнении бизнес-модели А. Остервальдера и И. Пинье моделями внутренней среды фирмы («Маккинси-7S», «PEST-атом» и т. д.), а при разработке новой бизнес-модели необходимо использовать метод реальных опционов, который позволяет заложить в стратегические решения возможности гибкого реагирования на неопределенные события будущего [11].

В этом ключе в 2008 г. исследователи из Лондонского университета Брунеля весьма широко определили бизнес-модель организации как «абстрактное представление организации, будь то концептуальное, текстовое и (или) графическое из всех взаимосвязанных структурных, операционных и финансовых механизмов, разработанных организацией, а также все продукты и (или) услуги, которая организация предлагает на основе этих механизмов, которые необходимы для достижения стратегических целей и задач» [12].

То есть все вышеназванные термины понятия «бизнес-модель» объединяет использование авторами процессного подхода к управлению и включение в бизнес-модель ключевых критериев, благодаря которым фирма может создать ценность для клиента и обеспечить этим свою конкурентоспособность, опираясь преимущественно на факторы внешней среды, изменения которой в современных условиях глобализации экономики приобретают все более турбулентный характер [13].

Сравнительный анализ бизнес-моделей. В нынешнее время старые, неэффективные бизнес-модели в ряде отраслей (банкинг, телеком, страхование, логистика) сменяются новыми моделями, отвечающими запросам современных потребителей [12]. Так, с появлением мобильных устройств и развитием мобильных приложений всю большую популярность набирают так называемые платформенные бизнес-модели.

Существуют различные подходы к классификации и сравнению различных моделей ведения бизнеса. Однако для целей сравнительного анализа бизнес-моделей в современной экономике лучше всего разделить их на традиционные и платформенные. Недавно возникшие платформенные бизнес-модели создают ценность для клиентов за счет использования цифровых технологий, позволяющих взаимодействовать различным участникам экономики в реальном времени с помощью использования электронно-цифровых каналов связи, обеспечивающих равный доступ всех участников к информации и ее достоверность. Таким образом, резко сокращаются возможности для злоупотреблений монопольным положением, недобросовестной конкуренции, а в экономику возвращается доверие.

В Волгограде ярким примером платформенной модели, сменившей традиционную, является сервис заказа «Яндекс.Такси». Работа локальных диспетчерских стала нерентабельной, поскольку львиную долю заказов забирают интернет-агрегаторы и федеральные сети. Отдельные диспетчерские выживают, лишь сократив штат своих операторов и используя услуги аутсорсинговых кол-центров.

Традиционная бизнес-модель для создания ценности использовала звено между клиентом — заказчиками такси

и лицом, непосредственно оказывающим услугу, — водителем такси. Данное звено, как уже было сказано выше, представляло собой кол-центр, который принимал и обрабатывал заказы и обратную связь. Платформенная бизнес-модель устранила среднее звено — кол-центр и заменила его новым, более эффективным инструментом — мобильным приложением, которое позволило сократить временные и финансовые затраты, добавив ценность всем участникам данных отношений.

Необходимо выделить критерии для сравнения платформенных и традиционных бизнес-моделей, на основе которых составить сравнительную таблицу (табл. 1).

Критерии бизнес-моделей компаний в цифровой экономике:

- 1) способ взаимодействия участников рыночных отношений;
- 2) наличие дополнительных ограничений;
- 3) затраты, необходимые для начала ведения бизнеса;
- 4) доверие покупателей.

Таблица 1

Сравнительная таблица бизнес-моделей компаний в цифровой экономике

Критерии бизнес-моделей	Традиционная бизнес-модель	Платформенная бизнес-модель
Способ взаимодействия участников рыночных отношений	Цепочное (через посредников)	Непосредственное (прямой контакт с потребителем)
Наличие дополнительных ограничений	Да	Нет
Затраты, необходимые для начала ведения бизнеса	Средние	Высокие
Доверие покупателей	Низкое	Высокое

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Козлов А. История интернета [Электронный ресурс]. URL: <https://italy-today.com/statti/istoriya-interneta> (дата обращения: 15.12.2019).
2. Сулейманов М. Д. Цифровая экономика: взгляд в будущее [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rosnou.ru/pub/0002019/News/February/ni/010219/010219.pdf> (дата обращения: 15.12.2019).
3. Доход в цифре: как компании перестраивают бизнес-процессы [Электронный ресурс]. URL: <https://plus.rbc.ru/news/5b88c8637a8aa93fdffc3fbd> (дата обращения: 17.12.2019).
4. Костяков С. Цифровая экономика. Новые бизнес-модели: от продукта к информации и сервисам. Ч. 2. 2018. URL: <http://upr.ru/article/kontseptsii-i-metody-upravleniya/novie-biznes-modeli.html> (дата обращения: 22.12.2019).
5. Панышин Б. Цифровая экономика: понятия и направления развития // Наука и инновации. 2019. № 193.
6. Продуктовая и сервисная модель IT компании [Электронный ресурс]. URL: <http://pmkniga.blogspot.com/2012/02/it.html> (дата обращения: 15.12.2019).
7. Неретина Т. Г. Организация сервисной деятельности [Электронный ресурс]. URL: http://thelib.ru/books/t_g_neretina/organizatsiya_servisnoy_deyatelnosti-read-2.html (дата обращения: 17.12.2019).
8. Rolls-Royce (Роллс-Ройс) [Электронный ресурс]. URL: <https://avtoclassika.com/rolls-royce/> (дата обращения: 17.12.2019).
9. Козырев А. Н. Цифровая экономика и цифровизация в исторической ретроспективе [Электронный ресурс]. URL: <https://medium.com/semi-ras/цифровая-экономика-и-цифровизация-в-исторической-ретроспективе> (дата обращения: 08.01.2020).
10. Стрелкова И. А. Цифровая экономика: новые возможности и угрозы для развития мирового хозяйства // Экономика. Налоги. Право. 2018. С. 18—26.
11. Указ Президента Российской Федерации «О стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017—2030 годы».
12. Гарифуллин Б. М., Зябриков В. В. Виды бизнес-моделей компаний в цифровой экономике // Креативная экономика. 2019. Т. 13. № 01. С. 83—92.
13. Морозова И. А., Тагиров Ш. М. Создание конкурентных преимуществ в рамках различных подходов к управлению конкурентоспособностью // УЭКС. 2015. № 5(77).
14. Петров А. А. Цифровая экономика: вызов России на глобальных рынках // Торговая политика. 2018. № 1(13)

Одним из критериев традиционной бизнес-модели является ограничение возможности эффективного взаимодействия участников рынка. К примеру, ограничения между странами не позволяют заказать товар из Китая на территорию РФ при малых затратах, но глобальная виртуальная торговая площадка AliExpress сняла территориальное ограничение и сделала торговлю взаимовыгодной [14].

Цифровая модель экономики позволит реализовать:

- 1) развитие принципиально новых видов бизнеса, включенных в международные производственные цепочки.
- 2) новую модель привлечения инвестиций в экономику.
- 3) принципиально более эффективную модель управления в сфере здравоохранения, социальной, образовательной сферах.
- 4) повысить эффективность государственного управления [15].

Выводы, заключение

Таким образом, переход к модели цифровой экономики во всем мире и, в частности, в России и Волгоградской области сопровождается принципиально новыми, качественными изменениями социально-экономических отношений на уровне бизнес-структур. Традиционным предприятиям приходится меняться и учиться использовать современные технологии для сохранения конкурентоспособности и выживания в чрезвычайно турбулентной и агрессивной конкурентной внешней среде. Ведь пользуясь цифровыми технологиями, предприятия смогут достичь увеличения производительности труда, уменьшения себестоимости продукции, улучшения качества, ускорения процесса выхода на рынок новых продуктов и более достоверно прогнозировать собственную деятельность в своем рыночном сегменте.

Проведенное исследование позволило сформировать и проанализировать собранную информацию, которая предоставляет возможность выделения различий между традиционной и платформенной бизнес-моделями.

15. Приложение к Среднесрочной программе социально-экономического развития России до 2025 г. «Стратегия роста» [Электронный ресурс]. URL: <http://stolypinsky.club/wp-content/uploads/2017/03/16.-ELEKTRONNAYA-EKONOMIKA-1.pdf> (дата обращения: 15.12.2019).

REFERENCES

1. Kozlov A. History of the Internet. (In Russ.). URL: <https://italy-today.com/statti/istoriya-interneta>.
2. Suleymanov M. D. Digital economy: a look into the future. (In Russ.). URL: <https://www.rosnou.ru/pub/0002019/News/February/ni/010219/010219.pdf>.
3. Income in the digital: how companies are rebuilding business processes. (In Russ.). URL: <https://plus.rbc.ru/news/5b88c8637a8aa93fdffc3fdb>.
4. Kostyakov S. Digital economy. New business models: from product to information and services. Part 2. 2018. (In Russ.). URL: <http://upr.ru/article/kontseptsii-i-metody-upravleniya/novie-biznes-modeli.html>.
5. Panshin B. Digital economy: concepts and directions of development. Science and Innovation, 2019, no. 193. (In Russ.).
6. Product and service model of IT company. (In Russ.). URL: <http://pmkniga.blogspot.com/2012/02/it.html>.
7. Neretina T. G. Organization of service activities. (In Russ.). URL: http://thelib.ru/books/t_g_neretina/organizaciya_servisnoy_deyatelnosti-read-2.html.
8. Rolls-Royce (Rolls-Royce). (In Russ.). URL: <https://avtoclassika.com/rolls-royce/>.
9. Kozyrev A. N. Digital economy and digitalization in historical retrospective. (In Russ.). URL: <https://medium.com/cemi-ras/digital-economics--digitalization-in-historical-retrospective>.
10. Strelkova I. A. Digital economy: new opportunities and threats for the development of the world economy. Economics. Taxes. Law, 2018, pp. 18–26. (In Russ.).
11. Decree of the President of the Russian Federation “On the Strategy for Development of the Information Society in the Russian Federation for 2017—2030”. (In Russ.).
12. Garifullin B. M., Zyabrikov V. V. Types of business models of companies in the digital economy. Creative Economy, 2019, 13(01), pp. 83–92. (In Russ.).
13. Morozova I. A., Tagirov Sh. M. Creation of competitive advantages within the framework of various approaches to competitiveness management. UEKS, 2015, no. 5 (77). (In Russ.).
14. Petrov A. A. Digital economy: Russia’s challenge in global markets. Trade policy, 2018, no. 1. (In Russ.).
15. Appendix to the Medium-Term Program for the Socio-Economic Development of Russia until 2025, “Growth Strategy”. (In Russ.). URL: <http://stolypinsky.club/wp-content/uploads/2017/03/16.-ELEKTRONNAYA-EKONOMIKA-1.pdf>.

Как цитировать статью: Камаева Г. Д., Шаховская Л. С. Объективные изменения в бизнесе в условиях цифровизации экономики // Бизнес. Образование. Право. 2020. № 1 (50). С. 102–106. DOI: 10.25683/VOLBI.2020.50.166.

For citation: Kamaeva G. D., Shakhovskaya L. S. Objective changes in business in the conditions of digitalization of economy. *Business. Education. Law*, 2020, no. 1, pp. 102–106. DOI: 10.25683/VOLBI.2020.50.166.

УДК 330.14
ББК 65.012.1

DOI: 10.25683/VOLBI.2020.50.163

Mikhailov Alexander Mikhailovich,
Doctor of Economics, Professor,
Professor of the Department of Economic Theory,
Samara State University of Economics,
Russian Federation, Samara,
e-mail: 2427994@mail.ru

Михайлов Александр Михайлович,
д-р экон. наук, профессор,
профессор кафедры экономической теории,
Самарский государственный экономический университет,
Российская Федерация, г. Самара,
e-mail: 2427994@mail.ru

Petrov Nikita Anatolyevich,
Candidate of Economics, Associate Professor,
Department of Economic Theory,
Samara State University of Economics,
Russian Federation, Samara,
e-mail: petrovnkt@gmail.ru

Петров Никита Анатольевич,
канд. экон. наук, доцент,
кафедра экономической теории,
Самарский государственный экономический университет,
Российская Федерация, г. Самара,
e-mail: petrovnkt@gmail.ru

РЕАЛИЗАЦИЯ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫХ ИНТЕРЕСОВ В ПРОЦЕССЕ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ БАНКОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

IMPLEMENTATION OF INSTITUTIONAL INTERESTS IN THE PROCESS OF INSTITUTIONAL REGULATION OF BANKING ACTIVITIES

08.00.01 — Экономическая теория

08.00.01 — Economic theory

В статье рассматриваются проблемы формирования институтов, регламентирующих, в том числе, процесс институционального регулирования банковской деятельности, которые обеспечивают реализацию общих институциональных интересов ее участников в сочетании с реализацией интересов частных юридических и физических лиц.