

**ЭКОНОМИКА ЖӘНЕ ҚҰҚЫҚ**  
**ЭКОНОМИКА И ПРАВО**  
**ECONOMICS AND LAW**

**ГТАМР 06.61.33**

**ЭКОНОМИКАНЫ ЦИФРЛАНДЫРУ ЖАҒДАЙЫНДА**  
**ЖАҢА БИЗНЕС-МОДЕЛЬДЕРДІҢ ПАЙДА БОЛУЫ**

**Ж.К. БАСШИЕВА** [0000-0002-7975-8791]\*, **Т.М. КЕРЕЕВА** [0000-0003-3032-3014]

Қ.Жұбанов атындағы Ақтөбе өңірлік университеті, Ақтөбе, Қазақстан

\*e-mail: [basshieva1973@mail.ru](mailto:basshieva1973@mail.ru)

**Андатпа.** Мақалада бизнесті цифрлық трансформациялау дәуірінде кеңінен қолданылатын «платформалық» бизнес - модельдердің ерекшелігі егжей-тегжейлі талданады, сонымен қатар дәстүрлі бизнес-модельдермен салыстыру механизмі ұсынылады. Бірқатар салаларда платформалық бизнес-модельдер соңғы ғылыми жетістіктерді қолдана отырып, дәстүрлі модельдерді тез арада ығыстыратыны көрсетілген. Электрондық сауда мысалында бизнес-модельдердің өзгеруі қарастырылды. Қазіргі заманғы технологиялар мен виртуалды орта сауда бизнес-моделін оның барлық компоненттерінде өзгертетіні атап өтілді. Сонымен қатар, мақалада платформалық бизнес модельдердің нарыққа терең енуі, тауар өндірушілер мен қызмет көрсетушілердің бизнес, сауда саттық, тауарларды жеткізу, жабдықтау, өндіру, өткізу іс-әрекеттерін тиімді жолға қояды, және ол жаһандану жағдайында өзекті болып табылатыны талқыланады. Цифрлық платформаны сәтті енгізу үшін, әрбір мүдделі тараптар (тұтынушылар, өндірушілер, өткізушілер) ынталы түрде белсенді жұмыс жасауы қажет. Қаржылай болсын, бизнестік қызығушылық болсын цифрлық платформада жұмыс жасауға қатысушылар, ортақ шешімге келе отырып қызмет атқарған жағдайда ғана бизнес субъектілері нарықтағы өміршеңдігін жалғастыратыны айқын. Бизнес пен әлеуметтік сала цифрлық технологияларды енгізуге дайын болуы үшін кешенді стратегияларды қолға алу өте маңызды. Осы негізгі тұжырымдар мақалада кеңінен қамтылады.

**Түйін сөздер:** бизнес-модельдер, бизнес-модельдердің типологиясы, цифрлық экономика, маркетинг, электронды сауда, цифрлық трансформация.

Бизнестің тиімділігін арттыруға деген ұмтылыс адам қажеттіліктерін оңтайлы түрде қанағаттандырудың жаңа жетілдірілген модельдерін құруға ықпал етеді, бұл компания шығындарының азайтып, кірістердің өсуін қамтамасыз ететіні анық. Бұл үрдіс келесідей үш негізгі фактордың әсерінен бизнестің «цифрлық трансформациясы» дәуірінің жедел дамуына едәуір әсер етті [1]:

1) жаңа цифрлық технологиялардың пайда болуынан айтарлықтай үлкен салымдарсыз нарықтың ауқымын едәуір кеңейтуге, транзакциялық шығындарды қысқартуға, қызмет көрсету процесінің жедел орындалуына;

2) цифрлық технологиялар әлеміне енгісі келетін клиенттер қажеттіліктерінің өсуіне;

3) нарықта орнын сақтап қалу үшін барлық фирмаларды цифрлық стандарттарға көшуге мәжбүр ететін цифрлық бәсекелестердің пайда болуына. Қазіргі заманғы фирмалар сандық экономиканың сын-қатерлеріне жаңа бизнес-модельдерге көшу арқылы жауап беруі заңдылық, яғни олар өз бизнестерін оның орталық элементін ауыстыру негізінде қайта құруды жүзеге асыруы шарт.

Цифрлық экономика дәстүрлі экономиканың секторларын трансформациялаудың, жаңа нарықтар мен тауашалардың (қуыс) пайда болуының бағыттарын белгілейді. Жаңа бизнес модельдері тұтынушыға бағдарланған (customer centric) болып табылады, яғни клиенттердің құрылымын толығымен айқындайды: тұтынушының жасырын қажеттіліктерін анықтай отырып, оған құнды ұсыныстар жасаудан бастап, уақтылы жеткізуден (Just-in-time) және тұтынушының өнімді пайдалану уақытына негізделген кіріс ағындарына дейін. Мұндай цифрлық технологияларды енгізудің негізгі мақсаты да, міндеті де үлкен деректерді жоғары жылдамдықпен өңдеу болып табылады, өйткені транзакциялар нақты уақыт режимінде және бір уақытта өңделеді. Үлкен деректерді (big data) талдау технологиялары және жасанды интеллект, тұтынушылардың цифрлық портреттері мен олардың экономикалық мінез-құлқының ерекшеліктерін зерттеу негізінде құндылықты құрудың жаңа көздерін табуға көмектеседі. Тұтынушылар туралы мәліметтер цифрлық компаниялардың негізгі активіне айналады, ал олардың үлкен массивтеріне қол жеткізуі, нарықтық бағаны арттырады. Бүгінгі таңда экономикада инновациялық бизнес-модельдердің пайда болуы мен таралуын ынталандыратын ашық деректер платформаларын (open data) дамыту өзекті тренд болып табылады. Қаржы саласында осы тұжырымдаманы іске асырушы Open Banking жүйесі болып табылады, ол үшінші тараптарға деректерді талдау немесе пайдалану, түрлі қосымшалар мен сервистерді біріктіру мүмкіндігін беруді көздейді, осылайша клиенттерге қызмет көрсету сапасын арттырады [2].

Жаңа бизнес-модельдердің бәсекеге қабілеттілігінің негізгі параметрі - жаңа өнімді нарыққа шығару жылдамдығын (time-to-market) қамтамасыз ету. Озық технологиялар негізінде өнім өндіру мен әзірлеудің заманауи тәсілдерін қолдана отырып, тауардың нарыққа шығу уақытын қысқартуға және клиенттердің қажеттілігіне қарай жабдықтаушылардың оңай өзгеруіне мүмкіндік артады, сонымен қатар өндірілген тауарларды тестілеуден өткізу арқылы тұтынушылардың талаптарына сай жаңартулар жасауға жағдай жасалады (Мысалы, Tesla жаңа опцияларды іске қосу арқылы белгіленген уақыт аралығында, бағдарламалық жасақтаманы жаңарту арқылы қашықтан клиенттердің арыз-шағымдары бойынша түзетулер

жасап отырады; Facebook күніне екі рет жеке пайдаланушы топтар үшін жаңартуларды жүргізеді және тестілеуден өткізіп отырады және т.б.).

Қазіргі заманғы бизнес-модельдердің маңызды міндеті – кез келген уақытта және кез келген жерде тұтынушылардың қажеттіліктерін қанағаттандыру үшін барлық каналдар кеңістігінде сандық және физикалық арналарында мәліметтер мен ақпаратты синхрондау болып табылады.

Интернет, үлкен деректер, жасанды интеллект және машиналық оқыту және басқа да сандық технологиялардың таралуы, бизнес-модельдердің келесі санаттарының дамуына ықпал етеді [3]:

- сатушылар, сатып алушылар және жеткізуші серіктестердің тауарлар мен қызметтерді тұтыну мүмкіндіктерін кеңейту үшін бірлесіп қызмет жасауын қамтамасыз ететін, және олардың транзакциялық шығындарын азайтатын цифрлық платформалардың құрылуына мүмкіндік береді. Өнім мен нарық сегментіне байланысты платформа келесідей болуы мүмкін: коммуникациялық, әлеуметтік, медиа, іздеу, пайдалану және бақылау, қызмет көрсету, бөлісу, өнім, мәміле және т. б.;

- «сервис ретінде» - ресурстарды иеленудің орнына оларды пайдалануға негізделген сервистік бизнес-модельдер құрылатын болады (олардың ішінде Software-as-a Service (SaaS), Infrastructure-as-a-Service (IaaS) және т.б.). Бүгінгі таңда сервистік модельдердің барлық жаңа түрлері пайда бола бастады, соның ішінде Robots-as-a Service, City-as-a-Service. Сервистік модельдер тауарлар мен қызметтерді жекелендіруге ықпал етеді, бұл клиентке нақты нәтижеге жету үшін қажетті өнімді тиісті көлемде тұтынуға мүмкіндік береді;

- тиімді баға белгілеу негізінде нәтижелерге қол жеткізу (outcome based models) және клиент үшін жұмыс жасау, соның ішінде кешенді өнімдер мен қызметтерді тұтыну негізінде болатын бизнес-модель. Мұндай бизнес-модельдер қызметке ұқсас, көбінесе Product-as-a-Service (PaaS) деп аталады. Мысалы, BASF компаниясы тыңайтқыштарды жеткізумен қатар клиенттерге мынадай қызмет түрлерін ұсынады:

- топырақтың құнарлығы, өсімдік денсаулығы, ауа-райы жағдайлары және басқа параметрлер туралы деректерді бақылау мен талдауға сүйене отырып, белгілі бір уақыт кезеңінде қандай тыңайтқыштарды, қандай көлемде және қандай өсімдіктерге қолдануға болатындығы туралы егжей-тегжейлі ұсыныстар береді;

- бизнес процестерді - инновацияларды енгізу, өнімдерді әзірлеу, өндіру, маркетинг және сату және т.б. іске асыру үшін сыртқы ресурстарды (ақша қаражатын, адамдарды, идеяларды және т. б.) тартуға негізделген краудсорсингтік модельдерді құрады;

- тұтынушылар үшін ақысыз қызметтер, олардың деректерін басқа тұтынушылық сегменттерде сатқан кезде тұтынушылардың жеке деректерін монетизациялауға негізделген бизнес-модель жасайды.

ҚР-да экономиканы цифрландыру ісіндегі жағдай жалпы әлемдік үрдістерге сәйкес келеді, бұл ел экономикасы үшін заманауи технологияларды енгізу бойынша көшбасшы елдердің қатарына кіруге жақсы мүмкіндік береді. Қазіргі уақытта бірқатар салалардағы (банкинг, телеком, сақтандыру, логистика) ескі, әрі тиімсіз бизнес-модельдер қазіргі тұтынушылардың сұраныстарына жауап беретін жаңа модельдермен алмастырылуда [4].

Сонымен, мобильді құрылғылардың пайда болуымен және мобильді қосымшалардың дамуымен «платформалық» бизнес-модельдер танымал бола бастады. Бизнесі жүргізудің әртүрлі модельдерін жіктеудің және салыстырудың әртүрлі тәсілдері бар. Алайда, қазіргі экономикадағы бизнес-модельдерді салыстырмалы талдау мақсатында авторлар оларды дәстүрлі және платформалық деп бөлуді ұсынады. Экономиканың әртүрлі қатысушыларына нақты уақыт режимінде барлық қатысушылардың ақпаратқа тең қол жетімділігін және оның сенімділігін қамтамасыз ететін электронды сандық байланыс арналарын қолдана отырып өзара әрекеттесуге мүмкіндік береді.

Осылайша, монополиялық жағдайды теріс пайдалану, жөнсіз бәсекелестіктің мүмкіндіктері күрт төмендейді және сенім экономикаға қайтарылады. Құндылықты қалыптастыру үшін дәстүрлі бизнес-модель таксиге тапсырыс беруші клиент пен тікелей қызмет көрсететін тұлға - такси жүргізушісі арасындағы байланысты пайдаланды. Бұл сілтеме тапсырыстар мен кері байланысты (көбінесе теріс) қабылдайтын және өңдейтін байланыс орталығы болды. Платформалық бизнес модель, орта буын - колл-орталықтарды жойды және оның орнына неғұрлым тиімді құрал - мобильді қосымшаны алып келді[5]:

1) уақытша;

2) қаржылық шығындар, осы қатынастардың барлық қатысушыларына құндылық қосады.

Платформалық және дәстүрлі бизнес-модельдерді салыстыру үшін критерийлерді бөліп көрсету қажет. Платформалық бизнес-модельдерді бөлудің негізгі критерийлері деп санауға болады:

1) уақытша критерий: нақты уақыт режимінде нарықтық қатынастарға қатысушылардың тікелей (делдал-агенттерсіз) өзара іс-қимылы;

2) қаржылық критерий: платформаны пайдаланушылардың өзара іс-қимылының транзакциялық шығындарының төмендігі;

3) кеңістіктік критерий: жүйеге кіру кедергілерінің болмауы.

Дәстүрлі бизнес модельдерінде нарық қатысушыларының тиімді өзара әрекеттесу мүмкіндігін шектейтін факторлар бар. Мысалы, аумақтық шектеулер Қытайдан Қазақстан аумағына қандай да бір тауарға ең аз шығынмен тапсырыс беруге мүмкіндік бермеді. Бұл шығындар соншалықты маңызды болуы мүмкін, сондықтан мұндай сатып алудың орындылығы жоғалды. Алайда AliExpress қызметі аумақтық шектеуді алып тастауға мүмкіндік берді және сауданы өзара тиімді етті [6].

**1– кесте. Цифрлық экономикадағы компаниялардың бизнес-модельдерін салыстырмалы талдау**

| Салыстыру критерийі  | Дәстүрлі бизнес-модельдер   | Платформалық бизнес-модельдер   |
|--|---|---|
| Нарықтық қатынастарға қатысушылардың өзара әрекеттесу тәсілі | «Агенттер» немесе құндылықтар тізбегіндегі қосымша сілтемелер негізінде | Қатысушылардың тікелей өзара әрекеттесуін қамтамасыз ететін платформа негізінде |
| Қарым-қатынасқа қатысушылардың өзара әрекеттесу жылдамдығы   | Төмен немесе орташа   | Жоғары  |
| Қатысушылардың өзара іс-қимыл шығындарының деңгейі           | Орташа немесе жоғары  | Төмен   |
| Компанияның шығындары бизнеске кіру                          | Төмен шығындар өзара әрекеттесудің қосымша байланысын енгізу            | Платформаны құруға жоғары шығындар  |

1 - кестенің соңғы критерийіне қатысты айтатын болсақ, компанияның бизнеске кіру шығындары, дәстүрлі бизнес-моделі бастапқыда экономикалық қатынастарға қатысушылар арасындағы өзара әрекеттесуді қамтамасыз ететін сілтемені қолдануды қамтиды. Сонымен бірге, платформаны құру үлкен шығындарды талап етеді, бірақ оны қолданудың артықшылықтары бастапқы инвестициялардың орнын толтырады деп күтілуде. Айта кету керек, платформаны құру тек қаржылық ресурстарды ғана емес, сонымен бірге әлеуетті қатысушылардың бір-біріне және бизнес-платформаны жасаушыларға деген сенімділігінің белгілі бір деңгейін талап етеді [7].

Осылайша, сандық экономикадағы бизнес-модельдердің түрлерін анықтау үшін эмпирикалық зерттеу жүргізуге сапалы салыстырмалы талдау жасалды. Алайда, авторлардың пікірінше, алынған түрлер кейбір нақты стартаптарды бір-бірімен байланыстыруға мүмкіндік бермейді.

Мақаладағы зерттеулерді тұтастай қарастыра отырып, цифрлық экономикада бизнес-модельдердің бірыңғай және әмбебап типологиясы әлі жоқ деген қорытындыға келуге болады.

Стелиос Кавадиас (Stelios Kavadias) – профессор, Кембридж университеті жанындағы Джаджа бизнес мектебінің «Корпоративтік инновациялар және өсу» оқытушысы, Костас Ладас (Kostas Ladas) – профессор және Джаджа Бизнес Мектебінің деканы жаңа технологияларды енгізумен қатар саланы өзгерте алатын инновациялық бизнес-модель құру мәселесіне қызығушылық танытты. Ғалымдар түрлі салаларда жаңа үлгілерді іске қосқан 40 компанияға жан-жақты талдау жүргізді. Олардың кейбіреулері нарықты өзгерте алды, ал басқаларында нәтиже болған жоқ. Зерттеулер нәтижесінде ғалымдар бақытты адамдарға тән алты жалпы белгіні анықтады. Бірде-бір компания барлық алты артықшылыққа ие емес, бірақ бизнес-модельде мұндай белгілер неғұрлым көп болса, оның нарықты өзгерту мүмкіндігі соғұрлым жоғары болады [8].

1. Өнімдер мен қызметтерді жекелендіру. Жаңа модельдер көбінесе өнімдерді немесе қызметтерді тұтынушылардың жеке және нақты талаптарына үстемдікке қарағанда жақсы бейімдейді. Ал технологиялар компанияларға бұл сұраныстарға тиімді бағамен жауап беруге көмектеседі.

2. Тұйық цикл. Көптеген модельдерде сызықтық процесс (өнімді өндіру, тұтыну және жою) пайдаланылған өнімдерді өндеуді қамтитын жабық циклмен ауыстырылады. Бұл ресурстардың жалпы шығындарын азайтады.

3. Активтерді бөлісу. Кейбір инновациялар активтерді бірлесіп пайдалануға көмектесу үшін капиталдандырылады: Airbnb үй иелері үй-жайларды туристерге жалға береді, ал Uber көмегімен автокөлік жүргізушілері жеке көліктерден ақша табады.

Әдетте, екі жақты онлайн-сайттың қолдауымен тұрғын үй иесі бөлме үшін ақша алады, ал турист қаржысын үнемдейді. Бизнеске кіруге кедергілер дәстүрлі нарықпен салыстырғанда төмен, өйткені бұрын активтерге ие болу керек еді, ал енді олардың иелері арасында делдал болу жеткілікті.

4. Факт бойынша төлем. Бірқатар модельдер тұтынушы тек нақты пайдаланылған өнімдері немесе қызметтері үшін төлейді деп болжайды. Осыдан тұтынушы да пайда көреді, өйткені ол тек алынған құндылық үшін төлейді, ал компанияның пайдасы жаңа тұтынушыларды тарту болып табылады.

5. Ынтымақтастық экожүйесі. Көптеген инновациялар, жаңа технологиялар жеткізу тізбегі бойынша серіктестермен ынтымақтастықты жеңілдетіп, тәуекелдерді дәл басқаруға және шығындарды азайтуға мүмкіндік беретіндіктен табысты бола түседі.

6. Икемді және бейімделгіш ұйым. Кейбір жағдайларда технологиялар шешім қабылдаудың дәстүрлі иерархиялық модельдерінен жаңа нарықтық ерекшеліктерді жақсырақ ескере отырып және өзгерістерге оңай бейімделуге мүмкіндік береді. Бұл ретте компания қаражатты үнемдейді, ал тұтынушы неғұрлым тиімді ұсыныстар алады.

Инновацияның сәтті болатынын нақты болжау мүмкін емес. Алайда, нарық пен жаңа технологиялардың сын-қатерлерін ұштастыратын бизнес-модель құру арқылы табыстың еселену ықтималдығын арттыруға болады. Байланыс нүктелері неғұрлым көп болса, саланы өзгерту мүмкіндігі соғұрлым жоғары болады.

### Әдебиеттер тізімі

1. 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. DOI: 10.18334/ce.13.1.39720
2. Бойко И.П. Экономика предприятия в цифровую эпоху / И.П. Бойко, М.А. Евневич, А.В. Кольшкин // Российское предпринимательство. – 2017. – №7. – С. 1127-1136. DOI: 0.18334/rp.18.7.37769.
3. Кунцман А.А. Трансформация внутренней и внешней среды бизнеса в условиях цифровой экономики / А.А. Кунцман // Управление экономическими системами. – 2016. – №11(93). – С. 1.
4. Кушжанов Н.В. ЕАЭО цифрлық күн тәртібі / Н.В. Кушжанов, М. Дашгин // Қазақстан Республикасы Ұлттық Ғылым академиясының жаршысы . – 2019 – №2. – Б. 55-61. DOI: 10.32014/2018.2518-1467.40.
5. Collaborative Economy Honeycomb 2 – Watch it Grow. Retrieved from URL: <http://www.web-rategist.com/blog/2014/12/07/collaborativeeconomy-honeycomb-2-watch-it-grow>
6. Управление инновациями. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: URL: <https://hbr-russia.ru/innovatsii/upravlenie-innovatsiyami>
7. Трансформация бизнес-моделей в условиях цифровой экономики: сборник материалов научно-практической конференции. Под редакцией Н.П.Иващенко – Москва : Экономический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова, –2018 – 96 с.

### References

1. Garifullin B.M., Zyabrikov V.V. (2019). Vidy biznes-modelei kompanii v tsifrovoi ekonomike [Types of business models of companies in the digital economy]. Creative Economy. V. 13 (1), 83-92. DOI: 10.18334/ce.13.1.39720 [in Russian].

2. Boyko I.P., Yevnevich M.A., Kolyshkin A.V. (2017). *Ekonomika predreiyaatiya v tsifrovoi ekonomike* [Enterprise economics in the digital age]. *Russian entrepreneurship*. – № 7, 1127-1136. DOI: 10.18334/rp.18.7.37769 [in Russian].

3. Kuntzman A.A. (2016). *Transformatsiya vnutrennei i vneshnei sredy biznesa v usloviakh tsifrovoi ekonomiki* [Changing the internal and external environment of business in the context of the digital economy]. *Management of economic systems*. V.11(93), 1. [in Russian].

4. Kushzhanov N.V., Dashgin M.(2019). *Digital agenda of the EAEU*. *Bulletin of the National Academy of Sciences of the Republic of Kazakhstan*. V.2, 55-61 DOI:10.32014/2018.2518-1467.40 [in Russian].

5. *Collaborative Economy Honeycomb 2 – Watch it Grow*. (2014). Retrieved from URL: <http://www.web-rategist.com/blog/2014/12/07/collaborativeeconomy-honeycomb-2-watch-it-grow>

6. *Upravlenie innovatsiami* [Innovation management]. Retrieved from URL: <https://hbr-russia.ru/innovatsii/upravlenie-innovatsiyami> [in Russian].

7. *Transformatsiya biznes-modeley v usloviyakh tsifrovoy ekonomiki: sbornik materialov nauchno-prakticheskoy konferentsii. Pod redaktsiyey N.P.Ivashchenko* (2018) [Changing business models in the context of the Digital Economy: a collection of materials of the scientific and practical conference]. Moscow: Lomonosov Moscow State University, Faculty of Economics. [in Russian].

## **ПОЯВЛЕНИЕ НОВЫХ БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ**

**Ж.К. БАСШИЕВА\*, Т.М. КЕРЕЕВА**

Актюбинский региональный университет им.К. Жубанова, Ақтөбе, Қазақстан

\*e-mail: [basshieva1973@mail.ru](mailto:basshieva1973@mail.ru)

**Аннотация.** В статье подробно анализируется специфика "платформенных" бизнес - моделей, широко используемых в эпоху цифровой трансформации бизнеса, а также предлагается механизм сравнения с традиционными бизнес-моделями. В ряде отраслей показано, что платформенные бизнес-модели быстро вытесняют традиционные модели, используя новейшие научные достижения. Рассмотрены изменения бизнес-моделей на примере электронной торговли. Отмечается, что современные технологии и виртуальная среда меняют торговую бизнес-модель во всех ее компонентах. Кроме того, в статье речь пойдет о глубоком проникновении на рынок платформенных бизнес-моделей, эффективном налаживании деятельности товаропроизводителей и поставщиков услуг по бизнесу, торговле, доставке, снабжению, производству, сбыту товаров, что является актуальным в условиях глобализации. Для успешного внедрения цифровой платформы, каждая заинтересованная сторона (потребители, производители, реализаторы) должна активно работать с энтузиазмом. Очевидно, что участники работы на цифровой платформе, будь то финансовая или бизнес-



заинтересованность, продолжат жизнеспособность субъектов бизнеса на рынке только в том случае, если они будут работать на общих решениях. Для того, чтобы бизнес и социальная сфера были готовы к внедрению цифровых технологий, очень важно разработать комплексные стратегии. Эти основные выводы будут широко освещены в статье.

**Ключевые слова:** бизнес-модели, типология бизнес-моделей, цифровая экономика, маркетинг, электронная торговля, цифровая трансформация.

## **THE EMERGENCE OF NEW BUSINESS MODELS IN THE CONTEXT OF THE DIGITALIZATION OF THE ECONOMY**

**ZH.K. BASSHIEVA\*, T. M. KEREEVA**

K. Zhubanov Aktobe Regional University, Aktobe, Kazakhstan

\*e-mail: [basshieva1973@mail.ru](mailto:basshieva1973@mail.ru)

**Abstract.** The article analyzes in detail the specifics of "platform" business models that are widely used in the era of digital business transformation, and also offers a comparison mechanism with traditional business models. In a number of industries, it is shown that platform business models are rapidly replacing traditional models, using the latest scientific achievements. Changes in business models are considered on the example of e-commerce. It is noted that modern technologies and the virtual environment are changing the trading business model in all its components. In addition, the article discusses the deep penetration of platform business models into the market, which effectively establish business, trade, supply, supply, production, sale of goods by producers and service providers, and is relevant in the context of globalization. For the successful implementation of the digital platform, it is necessary that every interested party (consumers, manufacturers, distributors) actively works with enthusiasm. It is obvious that business entities will continue to exist in the market only if participants in the work on the digital platform, whether it is financial or business interests, come to a common solution. It is very important to implement comprehensive strategies so that business and the social sphere are ready to implement digital technologies. These main conclusions are widely covered in the article.

**Key words:** business models, typology of business models, digital economy, e-commerce, digital transformation, marketing.