

THE ECOSYSTEM OF THE DIGITAL ECONOMY

THE IMPACT OF THE DIGITAL ECONOMY ON NEW BUSINESS MODELS: THE EMERGENCE OF OUTSOURCING, E-COMMERCE AND APP STORES

Received 06.06.2022 Revised 04.07.2022 Accepted 14.07.2022

UDC 339 JEL L81 DOI <https://doi.org/10.26425/2658-3445-2022-5-3-83-89>

Anna A. Bazarova

Student, State University of Management, Moscow, Russia

ORCID: 0000-0003-3476-1310

E-mail: aa_bazarova@guu.ru

Elena B. Botavina

Senior Lecturer at the Foreign Languages Department, State University of Management, Moscow, Russia

ORCID: 0000-0002-3458-8960

E-mail: botavina@guu.ru

ABSTRACT

Today we are witnessing the rapid growth and development of new business models supported by digital technologies. They are transforming traditional industries and creating entirely new categories. The article discusses the impact of digitalisation on the creation and development of new business models – outsourcing, e-commerce and app stores. The article describes the main forms of e-commerce implementation, presents a diagram. The purpose of this work is to determine the impact of digitalisation on the emergence and evolution of new business models. To achieve this goal, the authors set the following tasks: the study of Russian and foreign literature on this subject, the selection, analysis, synthesis and formation of conclusions based on statistical data, and structuring of information using a flowchart. The methodological base includes both general scientific methods of scientific research – comparison, analysis, and special ones – the economic and statistical method. The authors examined examples of the impact of digital transformation on business, analyzed sales data in the Russian and German e-commerce markets and the use of technology in everyday life, and presented an e-commerce classification scheme.

KEYWORDS

Digital economy, digitisation, technologies, business model, classification, outsourcing, electronic commerce, electronic money, app stores, business, market, internet

FOR CITATION

Bazarova A.A., Botavina E.B. (2022) The impact of the digital economy on new business models: the emergence of outsourcing, e-commerce and app stores. *E-Management*, vol. 5, no. 3, pp. 83–89. DOI: 10.26425/2658-3445-2022-5-3-83-89

© Bazarova A.A., Botavina E.B., 2022.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



AUSWIRKUNGEN DER DIGITALEN WIRTSCHAFT AUF NEUE GESCHÄFTSMODELLE: DIE ENTSTEHUNG VON OUTSOURCING, E-COMMERCE UND APP STORES

Erhalten 06.06.2022 Bearbeiten 04.07.2022 Akzeptieren 14.07.2022

UDK 339 JEL L81 DOI <https://doi.org/10.26425/2658-3445-2022-5-3-83-89>

Anna A. Bazarova

Studentin, Staatliche Universität für Management, Moskau, Russland

ORCID: 0000-0003-3476-1310

E-mail: aa_bazarova@guu.ru

Elena B. Botavina

Oberlektorin des Fremdsprachen Fachbereichs, Staatliche Universität für Management, Moskau, Russland

ORCID: 0000-0002-3458-8960

E-mail: botavina@guu.ru

ZUSAMMENFASSUNG

Heute erleben wir ein rasantes Wachstum und die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle, die durch digitale Technologien unterstützt werden. Sie transformieren traditionelle Industrien und schaffen völlig neue Kategorien. Der Artikel untersucht die Auswirkungen der Digitalisierung auf die Schaffung und Entwicklung neuer Geschäftsmodelle – Outsourcing, E-Commerce und App Stores. Die Arbeit beschreibt die wichtigsten Formen der Implementierung von E-Commerce, ein Schema wird vorgestellt. Ziel dieser Arbeit ist es, die Auswirkungen der Digitalisierung auf die Entstehung und Entwicklung neuer Geschäftsmodelle zu ermitteln. Um dieses Ziel zu verwirklichen, haben die Autorinnen folgende Aufgaben gestellt: Studium der russischen und ausländischen Literatur zu diesem Thema, Durchführung der Auswahl, Analyse, Synthese und Schlussfolgerungen auf der Grundlage statistischer Daten, Strukturierung von Informationen anhand eines Flussdiagramms. Die methodische Grundlage umfasst sowohl allgemeine wissenschaftliche Methoden der wissenschaftlichen Forschung – Vergleich, Analyse als auch spezielle – die ökonomische und statistische Methode. Als Ergebnis der Studie wurden Beispiele für die Auswirkungen der digitalen Transformation auf das Geschäft betrachtet, Verkaufsdaten auf den russischen und deutschen E-Commerce-Märkten und der Einsatz von Technologie im Alltag analysiert und ein E-Commerce-Klassifizierungsschema vorgestellt.

STICHWORTE

Digitale Wirtschaft, Digitalisierung, Technologien, Geschäftsmodell, Klassifikation, Outsourcing, elektronische Geschäftsverkehr (E-Commerce), elektronisches Geld (E-Geld), App Stores, Unternehmen, Markt, Internet

ZUM ZITIEREN

Bazarova A.A., Botavina E.B. (2022) Auswirkungen der digitalen Wirtschaft auf neue Geschäftsmodelle: Die Entstehung von Outsourcing, E-Commerce und App Stores. *E-Management*, vol. 5, no. 3, pp. 83–89. DOI: 10.26425/2658-3445-2022-5-3-83-89



EINFÜHRUNG / INTRODUCTION

In der Geschichte der Entwicklung der Menschheit gab es mehrere Informationsrevolutionen aufgrund grundlegender Veränderungen im Bereich der Informationsverarbeitung. Die letzte Informationsrevolution, die mit der Erfindung der Mikroprozessor-Technologie und dem Aufkommen des Personal Computers verbunden ist, hat Impulse für die Entstehung und Entwicklung verschiedener Arten der Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) und die Digitalisierungsprozesse, als Folge, der Entstehung der digitalen Wirtschaft gegeben.

Die Digitalisierung ist die Einbeziehung digitaler Technologien in geschäftliche und soziale Prozesse mit dem Ziel, diese zu verbessern¹. Die Digitalisierungsprozesse ändern die Art und Weise, in der Unternehmen mit ihren Kunden interagieren. Die Digitalisierungsprozesse beeinflussen das Angebot der Hersteller. Der Einsatz digitaler Technologien ermöglicht den Unternehmen, mehr Daten über ihre Kunden über verschiedene Quellen zu sammeln, ihre Interessen zu analysieren und Waren auf Anforderungen der Verbraucher anzubieten.

Die Entstehung neuer Geschäftsmodelle hat Unternehmen eine andere Geschäftsgrundlage gegeben. Durch den Einsatz von Technologie in einem größeren Maßstab ist es für sie einfacher geworden, Höhen zu erreichen und den Wettbewerb zu überleben. Ein weiterer wichtiger Aspekt der Digitalisierung ist, dass Unternehmen derzeit gezwungen sind, weiter zu innovieren. Die Digitalisierung hat das Geschäft auf ein ganz anderes Niveau gebracht, und es braucht ständige Innovation in der Art und Weise, wie es funktioniert. Ohne Systeminnovationen wäre es zu einer Stagnation gekommen, die die Wettbewerbsfähigkeit neuer Geschäftsmodelle verringern würde. Innovation wirkt sich direkt auf die Gesamtleistung des Unternehmens aus [Bouwman, 2018].

Mit der Verbreitung sozialer Medien wurde es für Unternehmen notwendig, gezielte Marketingstrategien zu haben. Dies ermöglicht es ihnen, noch mehr potenzielle Kunden zu gewinnen und die Reichweite einer Marke oder eines Produkts zu erhöhen. Auch die Speichergeräte für Unternehmen haben sich verändert. Fast jedes Unternehmen bewegt sich jetzt auf Cloud-Computing-Technologie, um große Datenmengen zu verwalten. Daten in digitaler Form sind eine Schlüsselressource der digitalen Wirtschaft. Auf Basis digitaler Daten und digitaler Technologien wird das Wirtschaftswachstum gewährleistet [Olifirov, 2019].

Die Digitalisierung hat heute enorme Auswirkungen auf die Arbeit und das Wirtschaftswachstum gehabt. Unternehmen sind gezwungen, neue Geschäftsmodelle einzuführen, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Mit der breiteren Anwendung künstlicher Intelligenz und anderer Informationstechnologien können wir sehen, wie sich das Geschäftsumfeld vollständig verändern wird².

PROBLEMSTELLUNG / PROBLEM STATEMENT

Darüber hinaus verfolgt die Digitalisierung von Geschäftsmodellen folgende Ziele:

- die Automatisierung von Produktions- und anderen Prozessen des Unternehmens;
- die Verbesserung des Produkts (oder der Dienstleistung): seine Qualität, Attraktivität, Benutzerfreundlichkeit, Lieferung;
- die Vereinfachung der internen und externen Kommunikation.

Die digitale Transformation ist nicht nur ein Durchbruch oder eine Technologie. Es geht um Wert, Menschen, Optimierung und die Fähigkeit, sich bei Bedarf schnell anzupassen, dank eines vernünftigen Einsatzes von Technologie und Informationen. Die digitale Transformation von Geschäftsmodellen beginnt mit der Entwicklung grundlegender Parameter (aus denen Geschäftsmodelle bestehen) [Mrochkovsky, 2019].

Die digitale Transformation hat Auswirkungen auf das gesamte Geschäftsumfeld und schafft sowohl Chancen als auch Herausforderungen. Vernetzte Trends wie E-Commerce, Big Data, maschinelles Lernen, künstliche Intelligenz (KI) sowie das Internet der Dinge (eng. Internet of things, IoT) können zu erheblichen Produktivitätssteigerungen in der Wirtschaft führen. Die Zerstörung bestehender Geschäftsmodelle sowie etablierter Märkte würde jedoch das Leben von Millionen von Menschen stören³.

¹ Scrive (2022), *Digitalisierung. Zugriffsmodus*, vorhanden hier: <https://www.scrive.com/de/digitalisierung/> (zuletzt aufgerufen am 24.05.2022).

² The enterprise world (2022), *Impact Of Digitalization On The Business World* [Auswirkungen der Digitalisierung auf die Geschäftswelt], vorhanden hier: <https://theenterpriseworld.com/impact-of-digitalization-on-business-world/> (zuletzt aufgerufen am 22.05.2022).

³ OECD (2022), *Implications of the digital transformation for the business sector* [Implikationen der digitalen transformation für die Wirtschaft], vorhanden hier: <https://www.oecd.org/sti/ind/digital-transformation-business-sector-summary.pdf> (zuletzt aufgerufen am 21.05.2022).

Um von diesen Veränderungen optimal zu profitieren, muss im Voraus geplant werden, damit die richtigen Strategien und Institutionen so schnell wie möglich erstellt werden.

Die allgegenwärtige Einführung digitaler Technologien in Geschäftsprozesse und in die Wirtschaft im Allgemeinen hat zur Entstehung der digitalen Wirtschaft geführt.

Die digitale Wirtschaft ist eine Wirtschaftstätigkeit, die über elektronische Netzwerke durchgeführt wird. Die Entwicklung der digitalen Wirtschaft, die allgemein als eine Wirtschaft dargestellt werden kann und auf dem breiten Einsatz digitaler Technologien basiert, ist auf die großen und radikalen Veränderungen aller Aspekte des menschlichen Lebens unter dem Einfluss digitaler Technologien zurückzuführen [Markova, 2018]. Die globale Einbeziehung neuer Formen der Wirtschaftstätigkeit in die digitale Wirtschaft führt zu Ideen für die Schaffung neuer Geschäftsmodelle. Es entstehen virtuelle Banken, Geschäfte und Büros, deren Hauptmerkmal darin besteht, dass die persönliche Präsenz von Verbrauchern und Verkäufern nicht erforderlich ist. Die Digitalisierung hat alle Bereiche des öffentlichen Lebens erfasst. Der Übergang zum Online-Lernen, zur Online-Arbeit, die Entstehung neuer Online-Shops – all dies trug zu einem starken Wachstum der Rolle der Technologie im Alltag bei. Das zeigt eine Studie von Datareportal⁴: Im Vergleich zum April 2019, hat sich die Zahl der Smartphone-Nutzer im Jahr 2020 weltweit um 2.5 % erhöht, die des Internets – um 7.1 % und die der sozialen Netzwerke – um 8.7 %. Moderne Unternehmen müssen den neuesten IKT-Trends folgen und durch neue Geschäftsmodelle die Möglichkeit der Vermarktung eigener Produkte erweitern. Das Jahr 2020 hat gezeigt, dass immer mehr Verbraucher online einkaufen. Die neuesten Daten des GWI (Global Web Index)⁵ zeigen, dass 76.8 % der Internetnutzer auf der Welt jeden Monat etwas online kaufen. Der Geldbetrag, der im Jahr 2020 für den Online-Kauf von Konsumgütern ausgegeben wurde, überstieg 2.4 Billionen US-Dollar und wuchs um mehr als 25 % gegenüber dem Niveau von 2019. Dies stimuliert die Unternehmen, neue Geschäftsmodelle wie Outsourcing, E-Commerce und App Stores in ihren Betrieben einzusetzen.

Outsourcing ist die Übertragung der Organisation, auf der Grundlage des Vertrages, bestimmter Arten oder Funktionen der produzierenden Unternehmertätigkeit an ein anderes Unternehmen, das in einem geeigneten Bereich tätig ist. Produktionsanlagen sind jetzt zunehmend geografisch verteilt und gehören verschiedenen juristischen Personen. Daher besteht die Notwendigkeit, außenstehende Unternehmen einzubeziehen, um bestimmte Probleme zu lösen. Digitale Technologien erleichtern diesen Interaktionsprozess erheblich. Um auf der Weltbühne wettbewerbsfähig und relevant zu bleiben, muss Outsourcing Teil der langfristigen Geschäftsstrategie eines Unternehmens sein, um auf die im richtigen Bereich erfahrenen Personen zuzugreifen. Outsourcing wurde in den 1980er Jahren zum ersten Mal Teil der Geschäftsstrategie von Unternehmen mit dem Ziel, die Betriebskosten zu senken. Die Aktivierung der Aktivitäten spezialisierter Organisationen, die an der Überwachung von Informationsflüssen beteiligt sind, diente als Grundlage für die Bildung einer neuen dynamischen Richtung der Outsourcing-Aktivitäten [Zakharova, 2018]. Die Digitalisierungsprozesse haben jedoch alle wirtschaftlichen Prozesse in Bezug auf Geschwindigkeit, Kosten, globale Zusammenarbeit und den Zugang zu hochkarätigen Fachkräften verändert. Darüber hinaus gab es Unsicherheit auf den globalen Märkten, was bedeutete, dass Unternehmen nicht nur Kosten senken sollten, sondern auch flexibel genug sein sollten, um schnell Änderungen vorzunehmen und weiter zu arbeiten, selbst wenn die Handelsbedingungen hart werden oder Sanktionen ausgesetzt sind. Mit der rasanten Entwicklung der Technologie wuchs die freiberufliche Wirtschaft schnell. Unternehmen übertragen zunehmend Jobs, die spezielle Kenntnisse erfordern, wie Buchhaltung, Webdesign, digitales Marketing, Content-Entwicklung, Übersetzung und so weiter. Heute gibt es immer mehr Bereiche, in denen man aus der Ferne arbeiten kann. Die COVID-19 Pandemie hat Unternehmen neue Möglichkeiten eröffnet. Dank der Technologien, die es Unternehmen ermöglichen, von zu Hause aus vollständig zu arbeiten, wird es für Unternehmen immer einfacher, hochqualifizierte Fachkräfte zu finden, die über spezielle Kenntnisse in den erforderlichen Bereichen verfügen. Immer mehr Unternehmen nutzen Outsourcing als Teil ihrer Geschäftsstrategie. Durch den Abschluss von Verträgen mit Dritten kann das Unternehmen auf erstklassige Spezialisten zugreifen, die es ihnen ermöglichen, neue Produkte und Dienstleistungen schneller auf den Markt zu bringen. Outsourcing ermöglicht es dem

⁴Kemp S. (2020), Digital 2020: April global statshot, [Digital 2020: Globaler Statshot im April], *Datareportal*, vorhanden hier: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-april-global-statshot> (zuletzt aufgerufen am 25.05.2022).

⁵Datareportal (2022), *Digital around the world* [Weltweit digital], vorhanden hier: <https://datareportal.com/global-digital-overview#:~:text=Roughly%204.66%20billion%20people%20around,over%20the%20past%20twelve%20months> (zuletzt aufgerufen am 01.06.2022). Weiter – Datareportal.

Unternehmen auch, in allen Bereichen seiner Geschäftstätigkeit Zugang zu modernen Technologien und Systemen zu erhalten, und Outsourcing ist nicht mehr nur eine Geschäftstaktik, um Kosten zu senken.

E-Commerce ist die Herstellung, die Werbung, der Verkauf und der Vertrieb von Produkten durch Telekommunikationsnetze⁶. Mit anderen Worten, der Prozess der Transaktionen über ein Computernetzwerk, bei dem das Recht auf Verwendung oder Besitz von Waren (Dienstleistungen) von einer Person zur anderen übertragen wird. Die Geschäftspartner sind in der Regel Händler beziehungsweise Produzenten und Endkunden [Schwickert, 2013]. E-Commerce basiert auf den Bausteinen des traditionellen Handelsmodells und verleiht elektronischen Netzwerken Flexibilität, was den Betrieb verbessert, zu erheblichen Kosteneinsparungen führt, die Wettbewerbsfähigkeit und Effizienz erhöht, indem bestehende Geschäftsmodelle neu definiert werden. [Golovenchik, 2020]. Im Mittelpunkt des E-Commerce stehen moderne Informationstechnologien: globaler elektronischer Netzwerkraum, elektronische Transaktionen, Virtualisierung und Cloud-Computing, Big Data-Verarbeitungstechnologien, Netzwerksprachen und andere. E-Commerce ist eines der modernsten und gängigsten Geschäftsmodelle.

STATISTISCHE AUSWERTUNG / STATISTICAL EVALUATION

E-Commerce ist eines der modernen und gängigsten Geschäftsmodelle. Laut einer Studie von Statista wird der Umsatz im Markt E-Commerce in Deutschland⁷ im Jahr 2021 etwa 84,132 Mio. Euro betragen. Bis 2025 soll ein Marktvolumen von 103,635 Mio. Euro erreicht werden; das entspricht einem erwarteten jährlichen Umsatzwachstum von 5.4 %. Der E-Commerce-Markt in Russland⁸ ist kleiner als in Deutschland, aber es gibt eine aktive Entwicklung dieses Geschäftsmodells und das jährliche Umsatzwachstum (5.2 %) ist ungefähr gleich wie in Deutschland. Der Umsatz im Markt E-Commerce in Russland wird voraussichtlich im Jahr 2021 in Russland 25,994 Mio. US-Dollar (21,382.66 Mio. Euro) erreichen; die jährliche Wachstumsrate des Umsatzes wird 5.2 % betragen, was zu einem prognostizierten Marktvolumen von 31,809 Mio. US-Dollar (26,166.08 Mio. Euro) bis 2025 führt. Die oben genannten Statistiken zeigen die aktive Entwicklung dieses Geschäftsmodells.

KLASSIFIZIERUNG / CLASSIFICATION

E-Commerce ist der Oberbegriff, der sich in Unterkategorien unterteilt. Aus Gründen der Übersichtlichkeit wird das Schema der Klassifikation des E-Commerce wie folgt vorgestellt (Figur 1).

Je nach der Organisationsform des Business ist der E-Commerce unterteilt in:

- E-Commerce als Grundlage für die Gründung eines Unternehmens;
- E-Commerce als Hilfsmittel für die Entwicklung eines bereits bestehenden traditionellen Geschäfts (Internet-Abteilung eines physisch bestehenden Unternehmens).

Je nach der Art des Produkts ist der E-Commerce unterteilt in:

- vollständiger E-Commerce – das Produkt ist nur digital und hat keine physische Form (zum Beispiel Online-Kinos, Online-Schulen). Die Dienstleistung wird ohne persönliche Präsenz von Verbrauchern und Verkäufern erbracht;
- partieller E-Commerce – materielle Waren, die über das Internet verkauft werden (zum Beispiel Online-Shops, in denen Sie eine Bestellung aufgeben und die Waren mit Hilfe von Kurierdiensten zur Hand bekommen können).

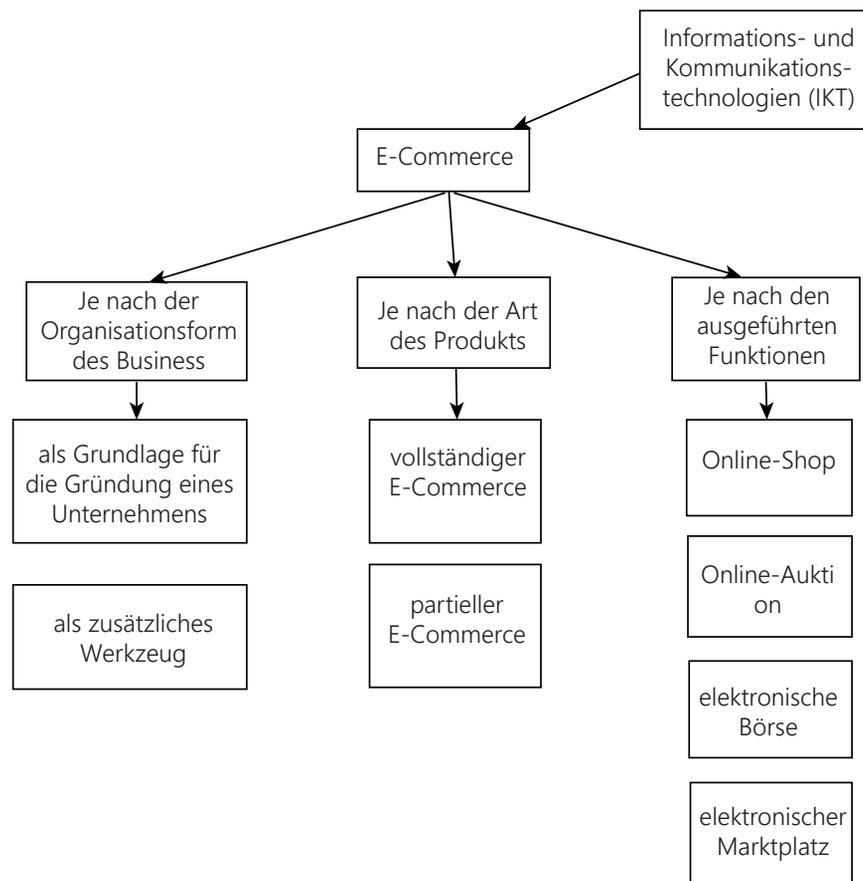
Je nach den ausgeführten Funktionen ist der E-Commerce unterteilt in:

- Online-Shops – ein automatisiertes System, das auf E-Commerce basiert und Funktionen erfüllt, die Geschäften mit einer traditionellen Bedienungsform eigen sind;
- Online-Auktion – ein automatisiertes System, das die Grundsätze des Auktionshandels regelt (zum Beispiel eBay);
- elektronische Börse – die Form des ständigen elektronischen Großmarktes der Waren;
- elektronischer Marktplatz – ein elektronischer Vermittler für den Abschluss von Transaktionen für den Großhandel von Waren und die Durchführung von Finanz- und Handelstransaktionen.

⁶World Trade Organization (2022), *Understanding the WTO: Cross-cutting and new issues. Electronic commerce* [Die WTO verstehen: Querschnittsthemen und neue Fragen. E-Commerce], vorhanden hier: https://www.wto.org/english/thewto_e/whatis_e/tif_e/bey4_e.htm (zuletzt aufgerufen am 03.06.2022).

⁷Statista (2022), *Digital Markets. ECommerce. Deutschland*, vorhanden hier: <https://de.statista.com/outlook/dmo/ecommerce/deutschland> (zuletzt aufgerufen am 31.05.2022).

⁸Statista (2022), *Digital Markets. ECommerce. Russland*, vorhanden hier: <https://de.statista.com/outlook/dmo/ecommerce/russland> (zuletzt aufgerufen am 04.06.2022).



Zusammengestellt von den Autorinnen zu den Materialien der Quelle [Pankina, 2008] / *Compiled by the authors on the materials of the source [Pankina, 2008]*

Figur 1. Die Klassifikation des E-Commerce
Figure. 1. E-commerce classification

DISKUSSION / DISCUSSION

Gemäß der Definition von E-Commerce, die in diesem Artikel behandelt wird, umfasst es ein Element wie die Verteilung von Produkten über Telekommunikationsnetze. Die Fristen und Garantien für einen hohen Service für die Lieferung von Waren an Kunden sind Schlüsselfaktoren bei der Gestaltung des Images des Unternehmens im Bereich des E-Commerce. Für die Kunden ist es wichtig, dass die Bestellung unversehrt und pünktlich geliefert wird.

Telekommunikationsnetze bieten eine Reihe zusätzlicher Logistikdienstleistungen, die die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen im Bereich des E-Commerce erhöhen, von denen die Möglichkeit der Auftragsverfolgung die Hauptsache ist. In der beschriebenen Klassifizierung von T.V. Pankina kein Kriterium für die Auswahl des E-Commerce „nach der Weise der Warenübertragung der Ware vom Verkäufer an den Käufer“. Wir halten es daher für notwendig, diese Klassifizierung um das angegebene Kriterium zu ergänzen.

ERGEBNISSE / RESULTS

Je nach der Weise der Warenübertragung vom Verkäufer zum Käufer wird der E-Commerce unterteilt in:

- Lieferung durch internationale Kurierdienste. Ein Beispiel für einen solchen Service ist das internationale Express-Versandunternehmen DHL;
- Lieferung per eigenen Kurierdienst. Das russische Unternehmen Wildberries, eines der beliebtesten Marktplätze in Russland, hat einen eigenen Kurierdienst, auf den das Unternehmen nicht verzichten will. Die eigene Lieferung ermöglicht es Wildberries, die Fristen zu kontrollieren und das Serviceniveau zu garantieren;
- Lieferung per Post. AliExpress E-Marketplace bietet kostenlosen Versand für kleine Artikel mit geringem Wert per Postdienst, normalerweise Hong Kong Post, Singapore Post und China Post;
- Lieferung über Telekommunikationsnetze, wenn das Produkt ausschließlich in digitaler Form vorliegt (elektronische Bücher, Filme).

SCHLUSS / CONCLUSION

Ein aufschlussreichstes Beispiel für das Funktionieren des E-Commerce ist die chinesische Firma Alibaba Group, die im Bereich des internationalen E-Commerce arbeitet, deren Haupttätigkeiten Handelsgeschäfte zwischen Unternehmen nach dem B2B-Schema (Alibaba) und Einzelhandels-Online-Handel (elektronischer Marktplatz AliExpress) sind. Die Anwendung von IKT ermöglicht AliExpress auf der Grundlage des elektronischen Marktplatzes, der in der obigen Klassifikation behandelt wird, Online-Transaktionen durchzuführen und Waren an Verbraucher auf der ganzen Welt zu liefern. Die Durchführung der Online-Transaktionen wurde durch Online-Zahlungstechnologien und die Verwendung von elektronischem Geld ermöglicht. Elektronisches Geld ist Geld, das nur in Computersystemen existiert und keine physische Form hat. Elektronisches Geld spielt eine sehr wichtige Rolle in der digitalen Wirtschaft. Nur mit ihrer Hilfe ist es möglich, Transaktionen auf solchen elektronischen Plattformen durchzuführen.

Der Anstieg der Internetnutzung über Smartphones und Tablets⁹ hat zu einer erhöhten Nachfrage nach Onlinediensten und zur Entstehung von App Stores geführt. Über ihre Geräte können die Käufer verschiedene Apps finden und kaufen, sie automatisch herunterladen und auf ihrem Gerät installieren [OECD, 2015]. Laut dem Bericht „Mobile App Download and Usage Statistics“¹⁰ verwendet der durchschnittliche Smartphone-Besitzer 10 Apps pro Tag und 30 Apps pro Monat.

Auf diese Weise, die Digitalisierung hat einen starken Schub für die Entwicklung und Modernisierung des gesamten Geschäftsfelds gegeben. Das Internet und digitale Technologien ermöglichen es Unternehmen aller Größen, neue, innovative Geschäftsmodelle zu entwickeln, ihre Größe zu erweitern, neue Märkte zu erschließen und Geschäftsvorgänge zu erleichtern.

Digitale Technologien ermöglichen radikal neue Markteintrittsansätze. Ganze Wertschöpfungsketten werden betroffen, indem neue Angebote für Verbraucher und Monetarisierungswege geschaffen werden. Outsourcing, E-Commerce, App Stores – all dies wurde nur dank Digitalisierung und technologischer Entwicklung möglich. Anhand der in diesem Artikel bereitgestellten statistischen Daten wird deutlich, dass sich diese Geschäftsmodelle aktiv weiterentwickeln werden. Neue Geschäftsmodelle haben sowohl für Unternehmen als auch für Endkunden Geeignetheit gezeigt. Für Unternehmen – die Kostensenkung (keine Notwendigkeit, Räume zu mieten, für Strom zu bezahlen, etc.), für die Verbraucher – die Möglichkeit, Waren zu kaufen, ohne das Haus zu verlassen.

REFERENCES / REFERENZLISTE

- Bouwman H., Nikou S., Francisco J. Molina-Castillo, Mark de Reuver (2018), “The impact of digitalization on business models”, *Digital Policy, Regulation and Governance*, vol. 20, no. 2, pp. 105–124, <http://dx.doi.org/10.1108/DPRG-07-2017-0039>
- Golovenchik G.G. (2020), “Essence, classification and features of e-commerce development in modern society”, *The Science and innovations*, vol. 4, no. 206, pp. 39–45.
- Markova V.D. (2018), “Influence of digital economy on business”, *ECO*, no. 12(534), pp. 7–22.
- Mrochkovsky N.S., Lyandau Yu.V., Pushkin I.S., Fedosimova M.A. (2019), “Digital transformation of business models”, *Innovations and Investments*, no. 5, pp. 69–71.
- OECD (2014), *Addressing the Tax Challenges of the Digital Economy*, OECD Publishing, Paris, France, <https://doi.org/10.1787/9789264218789-en>
- Olifirov A.V., Makoveychuk K.A., Petrenko S.A. (2019), “Transformation of business models in the digital economy”, *International Journal of Open Information Technologies*, no. 4, pp. 85–91.
- Pankina T.V. (2008), “Electronic commerce and e-commerce: classification approaches”, *Vestnik of the Plekhanov Russian University of Economics*, pp. 80–84.
- Schwickert, A.C., Müller L., Bodenbender N., Mader M., Kirchhof J., Himmelsbach M. (2013), Internet and E-Business [Internet und E-Business], *Business Informatics, Justus-Liebig-Universität Gießen*, no. 2, pp. 47–66.
- Zakharova E.N., Lobanova E.N. (2018), “Outsourcing as a modern business model: essential content and mechanisms of implementation”, *The Bulletin of the Adyghe State University, Series Economics*, no. 2 (220), pp. 86–93.

⁹ Datareportal.

¹⁰ BuildFire (2022), *Mobile App Download and Usage Statistic* [Download- und Nutzungsstatistiken für mobile Apps], vorhanden hier: <https://buildfire.com/app-statistics/#:~:text=The%20Apple%20App%20Store%20has,app%2011%2B%20times%20each%20day> (zuletzt aufgerufen am 21.04.2022).