

Вестник Евразийской науки / The Eurasian Scientific Journal <https://esj.today>

2023, Том 15, № s2 / 2023, Vol. 15, Iss. s2 <https://esj.today/issue-s2-2023.html>

URL статьи: <https://esj.today/PDF/09FAVN223.pdf>

**Ссылка для цитирования этой статьи:**

Соколов, В. В. Современные особенности управления доходами и генерирование прибыли в российских цифровых компаниях / В. В. Соколов // Вестник евразийской науки. — 2023. — Т. 15. — № s2. — URL: <https://esj.today/PDF/09FAVN223.pdf>

**For citation:**

Sokolov V.V. Modern features of revenue management and profit generation in Russian digital companies. *The Eurasian Scientific Journal*. 2023; 15(s2): 09FAVN223. Available at: <https://esj.today/PDF/09FAVN223.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.)

УДК 338

**Соколов Валерий Валерьевич**

ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», Москва, Россия  
Факультет «Экономики и бизнеса»  
E-mail: [valeriysokolov31@gmail.com](mailto:valeriysokolov31@gmail.com)

*Научный руководитель:* **Слепнева Татьяна Александровна**

ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», Москва, Россия  
Профессор Департамента корпоративных финансов и корпоративного управления, доцент  
Кандидат экономических наук  
E-mail: [TASlepneva@fa.ru](mailto:TASlepneva@fa.ru)

## Современные особенности управления доходами и генерирование прибыли в российских цифровых компаниях

**Аннотация.** Данная статья посвящена современным особенностям управления доходами и генерирования прибыли в российских цифровых компаниях. Российский рынок цифровых услуг быстро развивается, и в настоящее время он уже занимает значительную часть ВВП страны. Цифровые компании, такие как Яндекс, Google, Ozon, Amazon и многие другие, являются лидерами отрасли и продолжают активно развиваться. Одним из ключевых факторов успеха цифровых компаний является эффективное управление доходами и генерирование прибыли. В настоящее время бизнес-модели российских цифровых компаний стали более сложными и разнообразными, что требует от компаний постоянного анализа и оптимизации своих доходов. Компании активно экспериментируют с новыми подходами к монетизации своих продуктов и услуг, такими как подписки, реклама, продажа данных и многое другое. Для эффективного управления доходами и генерирования прибыли, компании должны не только разрабатывать новые бизнес-модели, но и оптимизировать свои текущие источники доходов. Например, компании могут увеличить свою прибыль, используя новые методы рекламы, сокращая расходы на маркетинг или оптимизируя свои бизнес-процессы. Важным фактором является также привлечение новых клиентов и удержание старых. Современные цифровые компании используют различные инструменты и технологии для управления своими доходами и генерирования прибыли. Например, многие компании используют аналитические инструменты для мониторинга и анализа своих финансовых показателей. Также компании могут использовать блокчейн-технологии для повышения прозрачности и безопасности своих финансовых операций. Таким образом, управление доходами и генерирование прибыли в российских цифровых компаниях является сложной и динамичной задачей, требующей постоянного развития и совершенствования. Компании, которые будут уметь эффективно

управлять своими доходами и генерировать прибыль в условиях быстрого развития цифровой экономики, смогут сохранить свои позиции на рынке и продолжать успешно развиваться.

**Ключевые слова:** цифровые компании; генерирование прибыли; бизнес-модель; система продаж; управление доходами; анализ рынка

## Введение

Актуальность темы современных особенностей управления доходами и генерирование прибыли в российских цифровых компаниях обусловлена рядом факторов.

Во-первых, быстрое развитие технологий и появление новых форматов потребления контента приводят к изменению спроса со стороны потребителей и, как следствие, к появлению новых возможностей для монетизации цифровых продуктов.

Во-вторых, конкуренция на рынке цифровых компаний становится все более жесткой, что требует от управляющих существенно большего уровня профессионализма и креативности в поиске новых источников доходов.

Наконец, в условиях нестабильной экономической ситуации в стране, эффективное управление доходами становится ключевым фактором выживания и развития цифровых компаний.

Цель: исследовать современные особенности управления доходами и генерирование прибыли в российских цифровых компаниях.

Для решения поставленных целей необходимо решить следующие задачи:

- рассмотреть современные особенности управления доходами и генерирование прибыли в российских цифровых компаниях;
- проанализировать особенности и перспективы развития российских цифровых компаний;
- сформировать предложения по совершенствованию управления доходами и генерирование прибыли в российских цифровых компаниях.

Объект исследования — современные российские цифровые компании.

Предмет исследования — комплекс методов, направленный на генерирование прибыли цифровых компаний.

## 1. Методы и материалы

При написании научной публикации автор применил несколько различных научных методов, чтобы получить наиболее полную информацию о предмете исследования. Один из методов, который использовал автор, — это описание теоретических основ исследования. Он провел обзор литературы и проанализировал существующие теории, связанные с предметом исследования. Другой метод, который использовал автор, — это количественный анализ. Он собрал данные с помощью опросов и экспериментов, чтобы определить, какие факторы влияют на предмет исследования и как они взаимодействуют друг с другом. Автор использовал статистические методы, чтобы проанализировать эти данные и сделать выводы. В результате использования всех этих различных методов автор смог представить более полную информацию и более глубокое понимание предмета исследования в своей научной публикации.

Его работа стала ценным вкладом в развитие знаний в данной области и послужила основой для дальнейших исследований.

В рамках написания данной научной публикации автором были рассмотрены работы авторов-исследователей, сферой интересов которых являются современные особенности управления доходами и генерирование прибыли в российских цифровых компаниях. Таким образом были рассмотрены работы таких авторов, как: Костин К.Б. [1], Шарипов Ф.Ф. [2], Череповская Н.А. [3], Кузовкова Т.А. [4], Терешкина Н.Е. [5].

Информационная база данного исследования основана на тщательном и обширном анализе интернет-ресурсов, научных публикаций, нормативно-правовых актов и Постановлений Правительства Российской Федерации, чтобы предоставить наиболее полную и актуальную информацию, которая может быть интересна и полезна для каждого читателя.

## 2. Результаты и обсуждения

Цифровые компании в России имеют огромный потенциал для развития и достижения высокой прибыли. В последние годы этот сектор бизнеса получил большой рост и продолжает активно развиваться. Вместе с тем успех цифровой компании зависит не только от ее наличия на рынке, но и от того, насколько эффективно она использует свои источники доходов.

Одним из основных источников доходов цифровых компаний является реклама. Реклама на сайтах, приложениях и других платформах является важным инструментом привлечения клиентов и повышения узнаваемости бренда. Однако, помимо рекламы, есть и другие источники доходов, которые также могут принести значительную прибыль. Например, продажа цифровых товаров, платные подписки и премиум-подписки, а также продажа данных и контента.

Имея разнообразные источники доходов, цифровая компания может обеспечить устойчивый рост и минимизировать риски, связанные с возможными изменениями в рыночной конъюнктуре. Кроме того, разнообразие источников доходов может создать дополнительные возможности для сотрудничества с другими компаниями и привлечения новых клиентов.

Большинство цифровых компаний в России сегодня получают основную часть доходов от рекламы. Однако, для того чтобы обеспечить устойчивый рост и конкурентоспособность, необходимо постоянно искать новые возможности для получения прибыли и диверсифицировать источники доходов. Это может включать в себя разработку новых продуктов и услуг, расширение географии продаж, введение дополнительных возможностей для монетизации контента и данных, а также поиск новых партнеров и клиентов.

Еще одним важным источником доходов являются продажи. Они могут быть определяющим фактором для успеха вашего бизнеса, и поэтому важно понимать, как они работают и как можно улучшить свои продажи.

В цифровых компаниях продажи могут быть связаны с продажей цифровых товаров (например, приложений, игр и т. д.) или предоставлением услуг (например, облачное хранилище, сервисы видеонаблюдения и т. д.). Кроме того, важно понимать различные типы продаж, чтобы выбрать наиболее подходящий для вашего бизнеса. Например, продажи могут быть прямыми или косвенными, активными или пассивными, одноразовыми или повторяющимися.

Важно отметить, что продажи часто связаны с маркетинговыми кампаниями и рекламой. Они могут быть продуктом вашей рекламной кампании или могут зависеть от качества продукта или услуги, которую вы предлагаете. Поэтому, помимо маркетинговых кампаний, необходимо

уделить внимание качеству продукта или услуги. Если вы предлагаете высококачественный продукт или услугу, то это может стать решающим фактором в выборе вашего бизнеса.

Также важно учитывать, что продажи могут зависеть от многих факторов, кроме качества продукта или услуги. Например, они могут зависеть от уровня обслуживания клиентов, от удобства использования продукта или услуги, от ценовой политики и т. д. Вам необходимо уделить внимание каждому из этих аспектов, чтобы максимизировать свои продажи и увеличить доходы вашего бизнеса.

Цифровые компании часто получают доходы от продажи своих продуктов или услуг. Например, приложения могут быть проданы за определенную цену, а услуги могут быть оплачены один раз. Кроме того, цифровые компании могут зарабатывать на онлайн-торговле, продавая физические товары через свои веб-сайты или приложения. Важно отметить, что продажа продуктов и услуг может быть как основным, так и дополнительным источником доходов.

Еще одним источником доходов для цифровых компаний является партнерская программа. Партнеры могут продвигать продукты или услуги компании и получать комиссионные за каждую успешную продажу. Это выгодно как для компании, так и для партнеров, так как они получают удобный и эффективный способ заработка денег.

Кроме того, многие цифровые компании используют фриумодели, предоставляя бесплатные версии своих приложений или услуг, а за дополнительные функции и возможности требуют плату. Таким образом, компании привлекают больше пользователей и могут получать доходы от более широкого круга клиентов.

Некоторые цифровые компании также зарабатывают на продаже услуг поддержки, таких как консультации или обучение. Это может быть выгодным способом заработка денег, особенно если компания имеет экспертизу в определенной области.

Источники доходов в цифровых компаниях могут быть очень разнообразными и могут включать в себя продажу продуктов и услуг, подписки, продажу данных, рекламу, комиссии, партнерские программы и многие другие. Однако, необходимо постоянно анализировать и оптимизировать эти источники доходов, чтобы компания могла успешно развиваться и увеличивать свою прибыль.

Средства государственной поддержки и инвестиции являются одними из наиболее важных источников доходов для российских цифровых компаний. Вместе с тем, помимо этого, компании также могут получать доходы от других источников. Например, компании могут привлекать инвестиции от частных инвесторов или венчурных фондов, что позволяет им получать дополнительные средства для развития и расширения своей деятельности.

Кроме того, помимо государственных программ поддержки инноваций, компании могут получать доходы от других государственных программ. Например, компании могут участвовать в государственных тендерах на реализацию IT-проектов или предоставление IT-услуг для государственных органов. Это позволяет компаниям получать стабильный доход и расширять свой клиентский базу.

Таким образом, существует множество различных источников доходов для цифровых компаний в России. Одним из главных являются средства государственной поддержки и инвестиции, но помимо этого, компании могут получать доходы от инвесторов, участия в государственных программах и других источников. Это позволяет компаниям развиваться и увеличивать свой доход в долгосрочной перспективе.

Рассмотрим практические примеры отечественных цифровых компаний и их бизнес-модели. Так, компания «Яндекс» является транснациональной компанией, которая

занимается интернет-технологиями, которая в то же время является одним из самых популярных поисковых сайтов в Интернете [6].

Яндекс был основан в 1997 году как поисковый сервис, но сегодня она предлагает множество продуктов и услуг, таких как музыкальный сервис, онлайн-карты, такси-сервис и многое другое. Более того, Яндекс является транснациональной компанией, которая оказывает свои услуги не только в России, но и в других странах, таких как Турция, Украина, Казахстан и Беларусь.

Кроме того, Яндекс активно развивает свои исследовательские проекты, такие как разработка искусственного интеллекта и технологии автономного вождения. Яндекс создал свою собственную платформу для автономных автомобилей — Яндекс.Такси. На этой платформе Яндекс тестирует свои технологии, которые могут быть использованы в будущем для управления автомобилями без участия человека.

Кроме того, Яндекс активно работает над расширением своей экосистемы и наращиванием числа своих пользователей. Например, Яндекс запустил сервис Яндекс.Облако, который предоставляет услуги облачного хранения и обработки данных. Этот сервис может быть полезен как для частных пользователей, так и для бизнеса.

Наконец, Яндекс также развивает свой медиасервис — Яндекс.Дзен, который позволяет пользователям читать новости и статьи на различные темы. Этот сервис имеет множество партнеров-издателей, что позволяет предоставлять своим пользователям интересный и разнообразный контент.

Компания Яндекс — это не только поисковая система, но и целая экосистема продуктов и услуг. Например, Яндекс.Маркет позволяет пользователям совершать покупки онлайн, а также сравнивать цены на товары в разных магазинах. Яндекс.Диск предоставляет облачное хранилище, что позволяет сохранять и синхронизировать файлы между различными устройствами. Яндекс.Музыка — это потоковый сервис, который позволяет слушать музыку онлайн на любом устройстве. Все эти сервисы позволяют Яндексу получать дополнительные доходы [7].

Кроме того, Яндекс также занимается разработкой и продажей программного обеспечения. Например, Яндекс.Браузер, который является одним из самых популярных браузеров в России и Украине. Компания также разрабатывает и другие программы, такие как Яндекс.Директ — система контекстной рекламы, Яндекс.Такси — приложение для заказа такси, а также Яндекс.Карты — сервис, который предлагает карты и навигационные данные.

Бизнес-сегментами компании являются следующие (рис. 1).

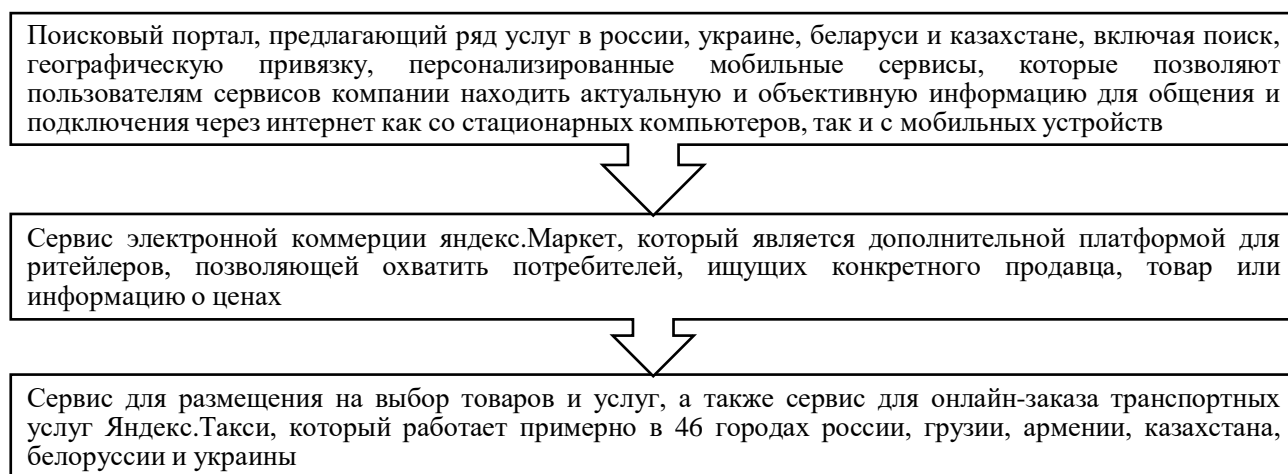


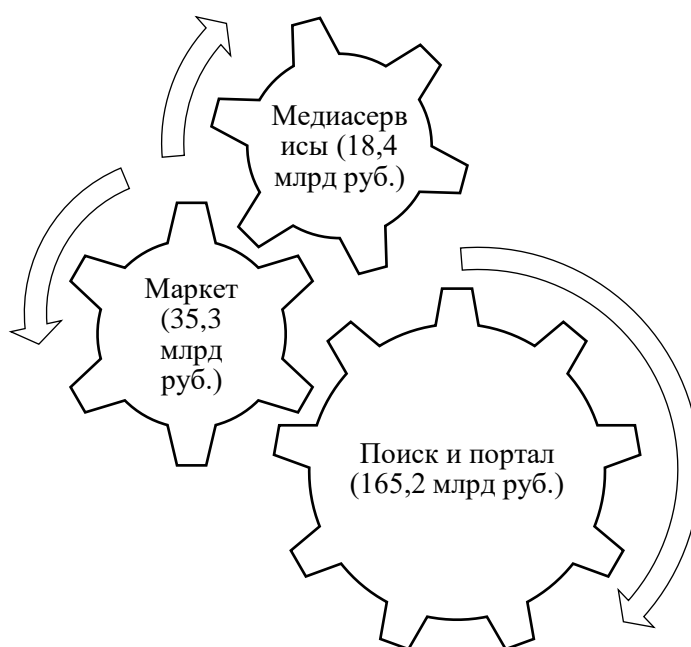
Рисунок 1. Бизнес-сегменты компании Яндекс [8]

Компания «Яндекс», за работой которой стоит множество технологий и инноваций, является одним из лидеров на рынке. Поисковая система и браузер, предоставляемые компанией, являются основными источниками доходов. Они предоставляют пользователям доступ к информации и ресурсам в Интернете, а также позволяют пользователям быстро и удобно искать необходимую информацию.

Монетизация осуществляется за счет продажи рекламы. Этот сегмент компании формирует около 47 % выручки и примерно 95 % скорректированной EBITDA. Тем не менее, компания не останавливается только на этом. Она также предоставляет облачные сервисы и программное обеспечение, которые пользуются большой популярностью среди пользователей. Это дополнительно увеличивает доходы компании и позволяет ей диверсифицировать свои источники доходов.

В 2021 году выручка компании составила 356,171 млрд рублей. Поисковая система и браузер сделали наибольший вклад в общую выручку компании, но также важно отметить, что облачные сервисы и программное обеспечение также сыграли важную роль в формировании выручки. Это свидетельствует о том, что многомерный подход к монетизации и диверсификации доходов позволяет компании сохранять устойчивый рост и минимизировать риски, связанные с зависимостью от одного источника доходов [9].

Таким образом, компания Яндекс имеет не только основные источники доходов — контекстную рекламу и услуги такси, но и множество других направлений, которые приносят прибыль и помогают развивать экспертизу в области IT. Компания продолжает активно развиваться и расширять свой бизнес, чтобы предоставлять больше услуг и продуктов для своих пользователей.



*Рисунок 2. Источники формирования выручки Яндекс в 2021 г. [10]*

В России Яндекс является наиболее популярной поисковой системой, и это объясняется не только привычками пользователей, но и качеством услуг, которые она предоставляет. Яндекс постоянно совершенствует свой алгоритм поиска и учитывает специфику российского рынка, что делает поиск более точным и удобным для пользователей [11]. Несмотря на это, Google также имеет свою аудиторию и может конкурировать на российском рынке поисковых систем [12].

Однако Яндекс не ограничивается только поиском. Компания предоставляет широкий спектр услуг, включая Яндекс.Музыку, Яндекс.Диск, Яндекс.Карты, Яндекс.Почту и другие. Они стали неотъемлемой частью повседневной жизни многих пользователей в России и других странах.

Кроме того, Яндекс Такси является одним из наиболее распространенных сервисов такси в СНГ и Африке. Он предлагает удобный и быстрый способ заказа транспорта, а также обеспечивает безопасность и надежность для пассажиров. Благодаря этой услуге Яндекс получает значительную выручку и удерживает лидирующие позиции на рынке.

Следовательно, Яндекс — это не только поисковая система, но и компания, предоставляющая множество других услуг, которые пользуются популярностью среди пользователей. С учетом этого мы можем с уверенностью сказать, что Яндекс продолжит свой рост и развитие в ближайшем будущем.

### Выводы

Подводя итоги исследования, стоит отметить, что автором были выявлены особенности управления доходами и генерирование прибыли в российских цифровых компаниях.

Было Важной частью эффективного управления доходами в цифровых компаниях является анализ данных. Сбор и анализ данных позволяют определить наиболее эффективные модели монетизации и выявить тенденции в поведении и предпочтениях пользователей. Анализ данных также помогает определить, какие продукты и услуги пользуются наибольшим спросом и какие рекламные кампании наиболее эффективны.

Разработка и внедрение новых моделей монетизации является еще одним важным аспектом управления доходами в цифровых компаниях. Новые модели монетизации могут помочь увеличить прибыльность компании, расширить аудиторию и улучшить пользовательский опыт. Однако, при разработке новых моделей монетизации необходимо учитывать особенности целевой аудитории и не нарушать законодательные и регуляторные требования.

Еще одним важным аспектом управления доходами в цифровых компаниях является управление затратами. Снижение затрат на инфраструктуру, персонал и маркетинг может помочь увеличить прибыльность компании. Однако, необходимо учитывать, что снижение затрат может повлиять на качество продукта или услуги, что может отразиться на удовлетворенности пользователей.

Также важно учитывать конкурентную ситуацию на рынке и принимать меры по привлечению и удержанию пользователей. Разработка уникальных продуктов и услуг, улучшение пользовательского опыта и проведение эффективных маркетинговых кампаний могут помочь привлечь и удержать пользователей, что в свою очередь может увеличить прибыльность компании.

Наконец, важно учитывать долгосрочные цели компании и принимать меры по их достижению. Например, компания может стремиться к расширению на новые рынки или развитию новых продуктов и услуг. При разработке стратегии монетизации и управления доходами необходимо учитывать эти цели и принимать меры по их достижению.

Эффективное управление доходами и прибылью в цифровых компаниях требует комплексного подхода и глубоких знаний в различных областях, таких как финансы, экономика, маркетинг и технологии. Однако, при правильном подходе и умениях можно достичь стабильного роста прибыли и укрепления позиций на рынке.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Костин К.Б., Шимко П.Д., Сун Ц. Повышение эффективности управления доходами предприятий в Российской Федерации в современных условиях санкционных ограничений // Экономические отношения. — 2022. — Т. 12 — № 4 — С. 671–698.
2. Шарипов Ф.Ф., Дьяконова М.А., Мань С. Особенности цифрового управления современной экономикой // Вестник университета. — 2022. — № 7. — С. 138–144.
3. Череповская Н.А., Якушова Е.С. Особенности цифровой трансформации российских компаний // Проблемы теории и практики управления. — 2022. — № 1. — С. 6–25.
4. Кузовкова Т.А., Салютин Т.Ю., Шаравова О.И. Научные основы цифровой платформенной экономики и экосистемы бизнеса // В высшей школе. — 2022. — Т. 11 — № 2 — С. 33–38.
5. Терешкина Н.Е. Бизнес-модели инноваций в цифровой экономике // Вопросы инновационной экономики. — 2022. — Т. 12. — № 1. — С. 179–194.
6. Гуцина О.М., Аникина О.В., Агошкова Т.А. Алгоритм оценки возможностей цифровой бизнес-модели // Информационные технологии в моделировании и управлении: подходы, методы, решения. — 2022. — С. 313–320.
7. Завьялова Н.Б. и др. Бизнес-модели цифровых экосистем сферы товарного обращения // Вопросы инновационной экономики. — 2022. — Т. 12 — № 4. — С. 2369–2382.
8. Муратова М.А., Сайтов Р.Е. Цифровые экосистемы как новая модель развития крупнейших компаний // StudNet. — 2022. — Т. 5. — № 5. — С. 3413–3429.
9. Кириллос А.Г., Горбунова В.Б. Модели и инструменты цифровой трансформации бизнеса // Вестник молодежной науки. — 2022. — № 1(33). — С. 1.
10. Гузикова Л.А. Проблема экономической эффективности цифровой трансформации производственных компаний // Цифровая экономика и Индустрия 5.0: развитие в новой реальности. — 2022. — С. 128–146.
11. Денисова А.Л., Лопатников А.Н. Цифровая трансформация и корпоративная стратегия // Управление. — 2022. — Т. 10. — № 2. — С. 71–79.
12. Абрамов И.В., Абрамов В.И. Центры аддитивных технологий–драйверы цифровой трансформации экономики // Вопросы инновационной экономики. — 2022. — Т. 12. — № 3. — С. 1325–1344.



**Sokolov Valery Valerievich**

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia  
E-mail: valerisokolov31@gmail.com

*Academic adviser: Slepneva Tat'yana Aleksandrovna*

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia  
E-mail: TASlepneva@fa.ru

## **Modern features of revenue management and profit generation in Russian digital companies**

**Abstract.** This article is devoted to modern features of revenue management and profit generation in Russian digital companies. The Russian market of digital services is developing rapidly, and currently it already occupies a significant part of the country's GDP. Digital companies such as Yandex, Google, Ozon, Amazon and many others are leaders in the industry and continue to grow rapidly. One of the key success factors for digital companies is effective revenue management and profit generation. At present, the business models of Russian digital companies have become more complex and diverse, which requires companies to constantly analyze and optimize their revenues. Companies are actively experimenting with new approaches to monetize their products and services, such as subscriptions, advertising, data sales, and more. To effectively manage revenue and generate profits, companies must not only develop new business models, but also optimize their current sources of revenue. For example, companies can increase their profits by using new advertising methods, reducing marketing costs, or streamlining their business processes. It is also important to attract new customers and retain old ones. Modern digital companies use various tools and technologies to manage their revenues and generate profits. For example, many companies use analytics tools to monitor and analyze their financial performance. Companies can also use blockchain technologies to increase the transparency and security of their financial transactions. Thus, revenue management and profit generation in Russian digital companies is a complex and dynamic task that requires constant development and improvement. Companies that can effectively manage their revenues and generate profits in a rapidly evolving digital economy will be able to maintain their market positions and continue to thrive.

**Keywords:** digital companies; profit generation; business model; sales system; revenue management; market analysis