

РОЛЬ И МЕСТО БИЗНЕС - МОДЕЛИ КАК ЭФФЕКТИВНОГО ИНСТРУМЕНТА В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ

А.В.Дудникова

(г. Томск, Томский политехнический университет)

THE ROLE OF BUSINESS MODEL AS EFFECTIVE TOOL IN ENTERPRISE MANAGEMENT

A.V. Dudnikova

(c. Tomsk, Tomsk Polytechnic University)

Dynamically developing external environment, competition in the domestic and foreign market encourages companies to adopt modern, more efficient management practices and technologies. Implementation of effective management tools is the basis for the creation of financial stability and development of the company. One such tool of management is a business - modeling. Concept of business - model is the subject of this article.

Для того чтобы удержать свои позиции на рынке в условиях постоянно меняющейся рыночной среды и жесткой конкуренции, компаниям приходится непрерывно оптимизировать и совершенствовать процесс управления, внедрять современные, более эффективные инструменты и технологии ведения бизнеса. Одним из таких инструментов управления является бизнес – моделирование. Целостная, основанная на бизнесе как комплексной основе деятельности компании, бизнес – модель, учитывающая различные аспекты жизнедеятельности компании, может существенным образом определить пути развития компании. Понятию бизнес - модели и основной ее сущности будет посвящена настоящая статья.

В научной литературе по менеджменту и инновациям часто фигурирует понятие «Бизнес – модель», однако единая общепризнанная трактовка этого термина отсутствует. Чаще всего под бизнес - моделью понимают аналитическую методику, которая позволяет в полной мере разобраться в тех процессах, благодаря которым компаниям удается зарабатывать деньги. Раньше бизнесмены и предприниматели всегда пользовались этим подходом на интуитивном уровне, однако сегодня современные технологии позволяют создавать очень сложные модели бизнеса, но их идея остается прежней — это системное соединение целей компании и ее бизнес-процессов с реалиями внешней среды[1]. Иначе говоря, бизнес-модель должна наглядно показывать направления развития компаний, выбранный предприятием способ ведения бизнеса. То есть под бизнес - моделью понимается ключевая концепция предприятия, а именно подробное описание создания ценности предприятия и превращения ее в прибыль.

В целом, бизнес-модель это схематичное устройство описания бизнеса предприятия как способ создания выгод, как для потребителя, так и для предприятия. Корректное описание бизнес – модели обеспечивает полноту осознания и восприятия бизнеса, что представляет собой основу для создания эффективной программы преобразований, разработки управленческих мероприятий.

Научный подход к моделированию бизнеса достаточно молод. Первый интерес к необходимости построения бизнес - моделей появился в конце 90-х годов. Первая бизнес-модель, она же является базовой, имеет название «модель лавочника» и представляет собой идею продажи или оказания услуг в местах нахождения потенциальных покупателей. Второй

по знаменитости бизнес - моделью является модель «приманки и крючка», которая появилась в начале XX века. Суть данной модели заключается в предоставлении товара или услуги по низкой цене, иногда даже с убытком и компенсацией его за счет завышения цены на комплектующие к товару/услуге части. С течением времени бизнес - модели становятся все более сложными. Сетевой бизнес, аукционы, продажи по подписке, сервизация товаров и др. также являются бизнес - моделями, разработанными в разное время. На сегодняшний день существуют и появляются множество бизнес - моделей, как простых, так и инновационных. Современные концепции бизнеса представляют собой сложные, организованные и конкретные системы, состоящие из множества взаимосвязанных элементов, идентификация которых является весьма непростой задачей.

Основной особенностью бизнес - модели является то, что она помогает понять сущность бизнеса, не углубляясь в исследование сложных деталей и характеристик, таких как стратегия, процессы, правила, иерархии, структуры потоков и т. д [2].

Порой, бизнес – модель путают со стратегией предприятия. Однако, она скорее является одним из компонентов бизнес - модели, наряду с продуктами, организационными звеньями и т.д., совокупность которых помогает описать деятельность любого предприятия. В тоже время, стратегия и бизнес – модель являются отдельными составляющими общей системы бизнеса предприятия. Стратегия определяет долгосрочный курс движения предприятия к заданным целям, задает направление для создания, развития и управления бизнес - модели. А бизнес-модель выступает некоторой формой реализации стратегии. Отвечая на вопросы Что? Кто? Как? она определяет, как и каким образом будет функционировать бизнес и какие действия необходимо предпринять для создания потребительской ценности. Стратегия предприятия может быть реализована с помощью разных бизнес - моделей, поэтому одной из основных задач менеджера – это определить какая из бизнес - моделей поможет наилучшим образом реализовать намеченную стратегию. В первую очередь выбор зависит от внутреннего содержания моделируемого объекта бизнеса предприятия, а так же уровнем использования управленческих инструментов в деятельности предприятия и уровнем подготовки персонала.

Бизнес-модель является описательной конструкцией, позволяющей определить структуру, элементы и взаимоотношения, в которые вступает компания в процессе деятельности. Она должна обладать следующими немаловажными характеристиками:

1. Измеримостью: бизнес-модель должна поддаваться точному описанию с помощью формальных элементов и показателей.
2. Прозрачностью: бизнес-модель должна быть понятна широкому кругу исследователей и практиков и воспроизводима.
3. Обобщенностью: бизнес-модель не может быть применена только к одному предприятию, другие фирмы должны иметь возможность скопировать ее, адаптировав к особенностям собственного бизнеса[3].

Принимая во внимание разнообразие бизнес - моделей и их структурную сложность вполне логично рассмотреть основные элементы бизнес - модели, позволяющие облегчить восприятие и управление ими. На сегодняшний день, определено девять основных структурных элементов иначе блоков, из которых должна состоять каждая бизнес модель:

1. Потребительские сегменты: массовый рынок, нишевый рынок, дробное сегментирование, многопрофильное предприятие, многосторонние платформы;
2. Ценностное предложение – совокупность преимуществ, которые компания готова предложить потребителю: новизна, производительность, изготовление на заказ и т.д;
3. Каналы сбыта;

4. Взаимоотношения с клиентами: персональная поддержка, самообслуживание, автоматизированное обслуживание, сообщества, совместное создание.

5. Потоки поступления дохода: продажа активов, плата за использование, оплата подписки, аренда/лизинг/рента, лицензии, брокерские проценты, реклама;

6. Ключевые ресурсы: материальные, интеллектуальные, людские, финансовые.

7. Ключевые виды деятельности: производство, решение проблем, платформы/сети.

8. Ключевые партнеры;

9. Структура издержек[4]

Эти девять блоков охватывают четыре основных сферы бизнеса: это взаимоотношения с потребителями, предложение, инфраструктура и финансовая эффективность компании. Блоки создают шаблон, основу бизнес – модели[3]. Взаимосвязь системы «блоков», осуществляется за счет потоковых процессов, которые определяют циркуляцию финансовых, материальных и информационных ресурсов как внутри предприятия, так и с внешней средой. Системный подход к управлению совокупностью данных потоков может быть осуществлен через управление бизнес-процессами, которые пронизывают бизнес-модель, координируя взаимодействие ее составных блоков, определяя схему по достижению конечного результата бизнеса.

В настоящее время власть на рынке от производителя плавно перешла к потребителю и это нельзя не учитывать при построении бизнес - модели. Поэтому основой успеха любого предприятия является создание потребительской ценности, нужной покупателю, а так же постоянное ее наращивание и распределение. Наличие таковой дает предприятию неоспоримые конкурентные преимущества. Создание потребительской ценности, как правило, основано на инновациях. Инновации – это залог лидерства, поскольку они обеспечивают конкурентные преимущества предприятия. Это не только наукоемкое изобретение, продукт, прибор, устройство, но и особого рода управленческий проект, так как помимо разработки важнейшим аспектом является эффективное применение инноваций и управление ими. Так же инновации являются совокупностью процессов, которые пронизывают всю деятельность предприятия и реализуются в виде новых видов продукции, услуг, технологий, организационно-технических и социально-экономических управленческих решений производственного, административного, экономического и другого характера. На инновационных бизнес - моделях строится современный бизнес. На сегодняшний день инновационная бизнес- модель является основополагающим фактором успеха современного бизнеса.

Быстро – развивающаяся экономика и постоянно меняющийся мир вокруг нас, когда совершенно новые отрасли смещают старые, побуждают менеджмент компаний постоянно держать руку на пульсе. Для того, чтобы понять, как будет выглядеть компания на рынке через год, два, десять лет, будет ли она в числе лидеров, в каком направлении ее можно развивать и как, стоит прибегать к разработке и созданию бизнес - модели компании. И как показывает практика, сегодня на рынке выигрывает не те компании, которые только конкурируют по цене и качеству, а те, чья бизнес-модель эффективнее.

ЛИТЕРАТУРА

1. Маркова В.Д. Бизнес-модель: сущность и инновационная составляющая// Проблемы современной экономики. – 2010. – № 21. – С. 38-42

2. Котова В. А. Теоретические и методические основы реструктуризации бизнес-модели промышленного предприятия: предпроектная стадия: Дисс. канд. экон. наук: 08.00.05/ Самарский. гос. эконом. ун-т. – С.: РГБ, 2009 — С. 171

3. Гараев З.Ф., Рогова Е.М. Реальные опционы как инструмент принятия эффективных стратегических решений // Экономика и управление. – 2011. – № 1. – С. 196-204

4. Остервальдер А., Пинье И. Построение бизнес-моделей. – М.: Альпина Паблишер, 2012. – С. 288

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК РЕГУЛЯТОР КОРПОРАТИВНОЙ ПРЕСТУПНОСТИ

А. В. Еремина

(г. Томск, Томский политехнический университет)

INFORMATION TECHNOLOGIES AS REGULATOR OF CORPORATE CRIME

A. V. Eremina

(c.Tomsk, Tomsk Polytechnic University)

This article describes the information technology as a regulator of corporate crime. The author examines the impact of the mass media on the most well-known international and russian company's crime.

Корпоративные преступления – настоящая эпидемия современного бизнес сообщества. Организации нарушают законы, платят огромные штрафы, бизнесмены несут уголовную ответственность. Не смотря на это, количество корпоративных преступлений не уменьшается. В связи с этим возникает закономерный вопрос: существует ли возможность регулирования корпоративной преступности? Как ни странно, одними из помощников в борьбе с недобросовестными корпорациями, становятся современные информационные технологии. В данной статье мы рассмотрим влияние средств массовой информации (СМИ) и Интернет технологий на корпорации.

Рассматривая корпоративные преступления, важно выстроить их в определенную систему, позволяющую провести их анализ.

Точной классификации преступлений не существует, однако можно привести варианты, которые встречаются.

Выделяют два вида экологических преступлений:

1. Преступления общего характера. Посягательство на природу в целом.
2. Специальные экологические преступления, которые влияют на отдельные составляющие природы и компоненты.

Примером может послужить экологическое преступление, произошедшее 20 апреля 2010 года авария и разлив нефти в Мексиканском заливе. После взрыва были повреждены трубы, в результате чего на глубине 1500 метров в Мексиканском заливе за 153 дня вылилось приблизительно 5 миллионов баррелей нефти и образовалось нефтяное пятно, которое достигло 75 тысяч квадратных километров.

На побережье Мексиканского залива были найдены мертвые животные, птицы и мертвые черепахи, на тот период времени нефтяной разлив представлял угрозу более 400 видам животных.

Информация об этой экологической катастрофе облетела мир за считанные минуты. На протяжении недель внимание людей на планете было приковано к Мексиканскому заливу. Компании ничего не оставалось делать, как признать вину за произошедшее и