

ПОСТРОЕНИЕ БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Введение. Бизнес-модель — упрощенное представление о бизнесе, источнике его доходов, создании выгоды для пользователей. Бизнес-модель описывает, как организация создает, поставляет клиентам и приобретает стоимость (экономическую, социальную, иную).

Основная часть. Обратимся к определению бизнес-модели, предложенному директором Европейской комиссии Полом Тиммерсом, который уже в 1998 г. заинтересовался проблемой интернет-торговли, являющейся частью цифровой экономики. В своей статье он отмечал, что в тот период в литературе об интернет торговле вообще не применялся термин бизнес-модель. Как отметил П. Тиммерс, прежде чем разрабатывать модели для данного сектора, следует дать определение самой бизнес-модели.

Таким образом, бизнес-модель представляет собой: архитектуру продуктовых, сервисных и информационных потоков, включающую описание различных участников бизнеса и их роли; описание потенциальных выгод для различных участников бизнеса; описание источников получения дохода [1].

Фактически, цифровая бизнес-модель является обязательной в современной цифровой экономике. Но, возникает вопрос, что именно представляет собой цифровая бизнес модель и какие изменения на уровне управления необходимы, чтобы воспользоваться возможностями цифровой трансформации.

Цифровые бизнес-модели не работают посредством передачи существующих бизнес-процессов и моделей один на один. Принципы создания и получения стоимости существенно отличаются от традиционных бизнес-моделей. Например, организация поездок на такси через приложение представляет собой другую модель, чем заказ такси через кол-центр, даже если в обоих случаях заказаны такси.

Это связано с тем, что используются совершенно разные технологии, а также с тем, что выполнение транзакций в цифровых моделях работает совсем иначе, чем в нецифровых бизнес-моделях.

Цифровая бизнес-модель — это, прежде всего, транзакция, которая обрабатывается цифровыми технологиями. Транзакция — это обмен сервисом, который выполняется между запрашивающей и обслуживающей системами в соответствии с точными правилами через определенный технический интерфейс. Транзакция не может быть одноразовой и случайной, она должна повторяться.

Таким образом, цифровая бизнес-модель с шестью основными элементами может быть описана следующим образом: спрос, востребованная цифровая система, предложение, цифровое исполнение сделки, вознаграждение, повторяемость транзакции. Все эти элементы могут использоваться для описания всех бизнес-моделей, за исключением того, что существуют некоторые особенности цифровых форм, которые влияют на управление цифровыми бизнес-моделями [2].

Транзакция всегда происходит не между людьми, а между цифровыми системами, как со стороны спроса, так и предложения. Для всех транзакций всегда должны быть обеспечены полным цифровым оборудованием. Цифровые бизнес-модели могут функционировать и без вмешательства человека, например, торговля ценными бумагами на бирже в режиме реального времени. Цифровые бизнес-модели либо предлагают полностью цифровые услуги, такие как онлайн-игры или видео по запросу, как платформы электронной торговли, либо при запуске сделок, таких как booking.com.

Во-первых, поскольку каждая транзакция может быть трансформирована в цифровую модель, требуется изменение традиционных методов управления и разработки стратегии в сторону большей детализации и проработки каждого элемента. Процессы должны быть формально и точно описаны, так как они должны быть реализованы с помощью программных алгоритмов.

Во-вторых, руководство должно не просто полагаться на цифровые носители для разработки цифровых бизнес-моделей, а само обладать информационными компетенциями, лежащими в основе интеллектуального управления, которое требует существенного учета конкретного накопленного знания и является более критичным к изменению информации в процессе принятия решения [3].

Бизнес-модель не является бизнес-стратегией сама по себе, а представляет собой структуру, необходимую для разработки бизнес-стратегии органического построения того или иного бизнеса. Если бизнес-модель представляет собой способ организации бизнеса, то бизнес-стратегия является направлением развития компании. Бизнес-стратегия бывает уникальной, а бизнес-модель может быть как типовой, так и инновационной.

Учитывая научную точку зрения П. Тиммерса, П. Штелера и других ученых, выделим следующие составляющие бизнес-модели: архитектура продуктовых, сервисных и информационных потоков с описанием бизнес-процессов; стоимостная архитектура компании и ценностные предложения, генерирующие выгоды для клиентов и стратегических партнеров; модель прибыли, описывающая структуру издержек и источники получения доходов, определяемую архитектурой ценностью.

Архитектура продуктовых, сервисных и информационных потоков с четко описанными бизнес-процессами в условиях цифровой трансформации должна подвергаться постоянным изменениям. Инновации данной архитектуры включают в себя как процессные, так и продуктовые.

К процессным инновациям особенно в условиях цифровизации относятся не только внедрение нового или улучшенного способа производства или доставки продукции, значительные изменения в технологии и производственном оборудовании, но и в программном обеспечении.

Как отмечал бывший директор компании Alcatel по исследованиям и разработкам, управляющий директор Vector Consulting Services Э. Кристофер «ближайшее будущее программного обеспечения определяется развитием по пяти главным направлениям:

- взаимодействие — основа потребительских интернет-сервисов, социальных сетей, конфигураторов продуктов и услуг, цифровых денег, систем автоматизации сотрудничества и краудсорсинга;

- понимание — механизмы понимания важны для семантического поиска, обработки Больших Данных, аналитики и экономики данных, средств оперативной проверки корректности информации и систем контроля качества данных;

- связь — важна для повсеместных мобильных вычислений, мобильных сервисов, кибер-физических систем, Индустрии 4.0, межмашинных коммуникаций, сенсорных сетей и высоко интегрированных сенсорных блоков;

- облака — это основа облачных приложений и сервисов, база для новых моделей лицензирования ПО и т. п.;

- конвергенция — слияние дисциплин, определяющих характеристики мобильных предприятий, биоинформатики, Интернета вещей, повсеместных сенсорных и автономных систем» [4, 28].

Заключение. С целью повышения эффективности и качества деятельности компании могут внедряться в систему производства и логистики лазерные технологии, использование 3-D принтеров и перевод процессов печати на цифровую основу, внедрение штрихового кодирования, автоматизация производства и упаковки продукции, внедрение систем GPS для оптимизации маршрутов доставки, цифровизация всех бизнес-процессов компании [5].

Говоря о продуктовых инновациях в данном компоненте бизнес-модели, следует отметить, что нововведения должны касаться не только удовлетворения потребностей, которые уже имеются на рынке, но и латентно существующих, но еще не осознанных потребностей клиентов.

Список используемых источников

1. Timmers, P. Business Models for Electronic Markets // Electronic Markets. — International Journal of Electronic Commerce & Business Media. 1998. — Vol. 8. — No. 2. — Pp. 3—8. & ResearchNote #98-21 September 9, 1998.
2. Создание гибридной интеллектуальной системы управления рисками в условиях цифровой экономики / К. Л. Полупан [и др.] // Развитие цифровой экономики в условиях деглобализации и рецессии ; под ред. А.В. Бабкина. — СПб., 2019. — С. 96—113.
3. *Переборова, Н. В.* Бизнес-моделирование и информационные технологии в цифровой экономике / Н. В. Переборова, В. В. Ильинский // Цифровая трансформация экономики и промышленности: проблемы и перспективы ; под ред. А.В. Бабкина. — СПб., 2017. — С. 636—664.
4. Формирование цифровой экономики в России: сущность, особенности, техническая нормализация, проблемы развития / А. В. Бабкин [и др.] // Науч.-техн. ведомости СПбГПУ. Экон.науки. — 2017. — Т. 10, № 3. — С. 9—25.
5. *Кристофер, Э.* Программное обеспечение: взгляд в будущее / Э. Кристофер // Открытые системы. СУБД. — 2015. — № 04.

УДК 334

В. В. Климух, И. А. Клименков

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», г. Барановичи, Республика Беларусь

СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К СОДЕРЖАНИЮ

В Республике Беларусь реализуются государственные программы социально-экономической направленности. В нашей стране проводятся форумы, круглые столы, другие мероприятия, на которых обсуждаются вопросы социального предпринимательства, создан нормативно-правовой задел для развития института социального предпринимательства.

В качестве функций системы социального предпринимательства в Республике Беларусь выделены: создание духовных и материальных ценностей, способствующих социализации, адаптации и интеграции социально уязвимых групп; производство, продажа товаров и/или предоставление услуг, в которых заинтересовано общество, представители социально уязвимых групп; использование технико-технологических, организационно-управленческих и социальных инноваций для разрешения или смягчения социальной проблемы [2].