

БИЗНЕС-МОДЕЛИ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

А. В. Гречуха, П. С. Янковская

nastasv@icloud.com, eco.yankovskPS@bsu.by;

Научный руководитель – Н. И. Шандора, старший преподаватель

В статье проводится исследование концепции и определения понятия бизнес-модель, определение видов бизнес-моделей, а также их использование в различных компаниях как в Республике Беларусь, так и на мировом рынке. В ходе проведенного исследования были выделены такие популярные бизнес-модели, как фриимиум, краудсорсинг и брокерство.

Ключевые слова: бизнес-модель; фриимиум; краудсорсинг; брокерство; коробочные решения.

Понятие «бизнес-модели» является очень размытым и различные ученые используют концепцию «бизнес-модели» по-разному. Впрочем, многие считают, что впервые этот термин определил Питер Друкер в статье 1994 года как предположение о том, что это то, что платят компании, однако необходимо отметить, что в этой статье не упоминается сам термин «бизнес-модель». Вместо этого, теория бизнеса Друкера представляет собой набор предположений о том, что бизнес будет делать в определенной ситуации. Друкер больше сосредоточен на предположениях, указывая на то, что термин «бизнес-модель» впервые широко использовался с появлением персонального компьютера и электронных таблиц, которые позволили тестировать и моделировать различные компоненты. До этого успешные бизнес-модели «создались скорее случайно, чем по замыслу или дальновидности, и стали очевидны только после запуска этой модели. Когда компании смогли тесно связать свои идеи на рынке с результатом их деятельности с помощью электронных таблиц, они смогли смоделировать бизнес до его запуска» [1].

Ближе к стратегии бизнес-модели является определение Майкла Портера. Оно гласит, что предприятия делают предположения о том, кто их клиенты и конкуренты, а также о технологиях и своих сильных и слабых сторонах. Алекс Остельвальдер опирался на концепцию предположений Друкера в своей работе «холст бизнес-модели». Он считал, что бизнес-модель – это способ организации предположений, чтобы иметь возможность сравнивать разные бизнес-модели. Алекс Остервальдер разработал десятисерийный «холст бизнес-модели», который является наиболее полным шаблоном для построения этих гипотез. Его работа – это, по сути, организованный способ изложить предположения не только о ресурсах и ключевых видах деятельности, но и о предложении товаров

или услуг, отношениях с клиентами, каналах, сегментах клиентов, структурах затрат и потоках доходов – для того, чтобы находить какие-либо ошибки или сравнивать свою модель с другими. Марк Джонсон в своей книге «Изобретение своей бизнес-модели» предложил список из 19 типов бизнес-моделей, которые представляют собой аналогии на примере известных компаний. Самые популярные из них: фримииум, краудсортинг и брокерство [3].

Фримииум – это бизнес-модель, суть которой заключается в том, что компания предлагает базовые услуги бесплатно, а дополнительные сервисы за отдельную плату. Например, примером использования такой модели в мире является американская социальная сеть для поиска и установления деловых контактов LINKEDIN. Бесплатная версия приложения или платформы позволяет привлечь большое количество новых пользователей. Привыкнув к использованию базового набора функций, пользователи переходят на ежемесячную абонентскую плату. Данная бизнес-модель позволяет компаниям быстро нарастить аудиторию, а также получать надежный доход.

Суть краудсортинга состоит в том, что компания, имея большое количество пользователей, предоставляет контент бесплатно в обмен на доступ к контенту других людей. Это бизнес-модель YouTube и Википедии. Ежедневно на просмотр видео на YouTube тратится более миллиарда часов, каждую минуту загружается более 400 часов контента, и естественно, в этот контент вставляется различная реклама, которую, опять же, воспользовавшись платной подпиской, можно отключить. Рекламные объявления могут размещаться и на страницах поиска, и на каналах пользователей.

Брокерство представляет собой посредничество между покупателем и продавцом, в ходе которого с той или иной стороны взимается комиссия за транзакцию. Брокерство разделяется на три отдельных направления: мерчант, агентская схема и рекламная модель.

Мерчант (от англ. merchant – «торговец») – это специальный счет, позволяющий компании принимать платежи с помощью банковских карт. Например, после того, как покупатель расплачивается за товар в магазине, информация с его платежной карты считывается с помощью терминала, а после деньги поступают на мерчант-счет. Если же покупка происходит в интернет-магазине, то после того как покупатель вводит свои данные банковской карты в специальную форму деньги перенаправляются на мерчант-счет.

Отличие такого счета от обычного состоит в том, что при платеже через мерчант-счет можно зачислять деньги без полной идентификации пользователя, зная только информацию о его платежной карте.

После поступления денег на мерчант-счет в течение двух-трех дней банк переведет деньги на счет продавца. Такая процедура нужна для того, чтобы покупатель мог оформить возврат.

Суть агентской модели состоит в том, что при взаимодействии с покупателем часть или все полномочия передаются посреднику. Агентский договор позволяет посреднику получать прибыль за счет продавца, совершая различные действия (отношения между агентом и покупателем обязательно должны быть продолжительными). Это могут быть юридические или любые другие действия. Часто таких агентов нанимают для увеличения клиентской базы.

Рекламная модель является по сути расширением традиционной концепции средств массовой информации – представляет контент клиентам, транслируя на своей платформе рекламу заказчиков. Такая модель очень эффективна при больших объемах трафика.

Эта модель эффективна для сервисов с регистрацией клиентов. Такие сервисы предполагают, что клиент, пользуясь бесплатным контентом, предоставит сервису определенные данные о себе. Это позволит компании отслеживать поведение пользователей на платформе, а также составлять портрет потребителя для рекламных кампаний.

На сайте Министерства экономики Республики Беларусь есть «коробочные решения» для бизнеса, каждое из которых содержит определенную бизнес-модель. Каждое «коробочное решение» состоит из четырех тематических блоков:

1. Бизнес-модель

Этот блок содержит информацию о том, что нужно сделать предпринимателю для своего бизнеса, как правильно выбрать бизнес-модель, и какую именно, а также направления, в которых можно развивать свое дело.

2. Юриспруденция

В данном блоке идет речь о требованиях законодательства. Там также содержится список необходимых документов и законодательных актов, в которых изложены административные процедуры необходимые для развития выбранного бизнеса.

3. Финансовая модель

Блок содержит информацию об эффективных способах организации системы управления денежными потоками. В каждом «коробочном решении» есть финансовый калькулятор, разработанный специально для определенной бизнес-модели, с помощью которого можно смоделировать и заранее просчитать будущие доходы и расходы предпринимателя.

4. Маркетинг

В этом блоке изложена информация об инструментах продвижения бизнеса и способы оценки эффективности бизнеса.

Изучив такие коробочные решения, можно внедрить различные бизнес-модели в уже существующий бизнес или начать свое дело с готовой идеи, составить план работы, грамотно провести анализ рынка. Это поможет повысить эффективность выбранной деятельности в различных нишах [4].

Цифровая экономика представляет собой новую реальность, в которой бизнесу необходимо адаптироваться и использовать цифровые технологии для обеспечения конкурентоспособности и роста. Бизнес-модели становятся основой стратегического развития компаний в цифровой эпохе.

Библиографические ссылки

1. *Остервальдер А.* Построение бизнес-моделей: настольная книга стратега и новатора: практическое пособие. Москва: Альпина Паблишер. 2016. 288 с.
2. How Companies Make Money [Электронный ресурс] // Investopedia : [сайт]. [2000]. URL: <https://www.investopedia.com/terms/b/businessmodel.asp> (дата обращения: 20.05.2023).
3. HBR's 10 Must Reads on Business Model Innovation (with featured article "Reinventing Your Business Model" by Mark W. Johnson, Clayton M. Christensen, and Henning Kagermann) [Электронный ресурс] // Perlego : [сайт]. [2001]. URL: <https://www.perlego.com/book/836781/hbrs-10-must-reads-on-business-model-innovation-with-featured-article-reinventing-your-business-model-by-mark-w-johnson-clayton-m-christensen-and-henning-kagermann-pdf> (дата обращения: 20.05.2023).
4. Предлагаемое коробочное решение поможет открыть собственный интернет-магазин [Электронный ресурс] // Министерство экономики Республики Беларусь : [сайт]. [2004]. URL: <https://economy.gov.by/ru/news-ru/view/predlagae-moe-korobochnoe-reshenie-pomozhet-otkryt-sobstvennyj-internet-magazin-47408-2023/> (дата обращения: 20.05.2023).