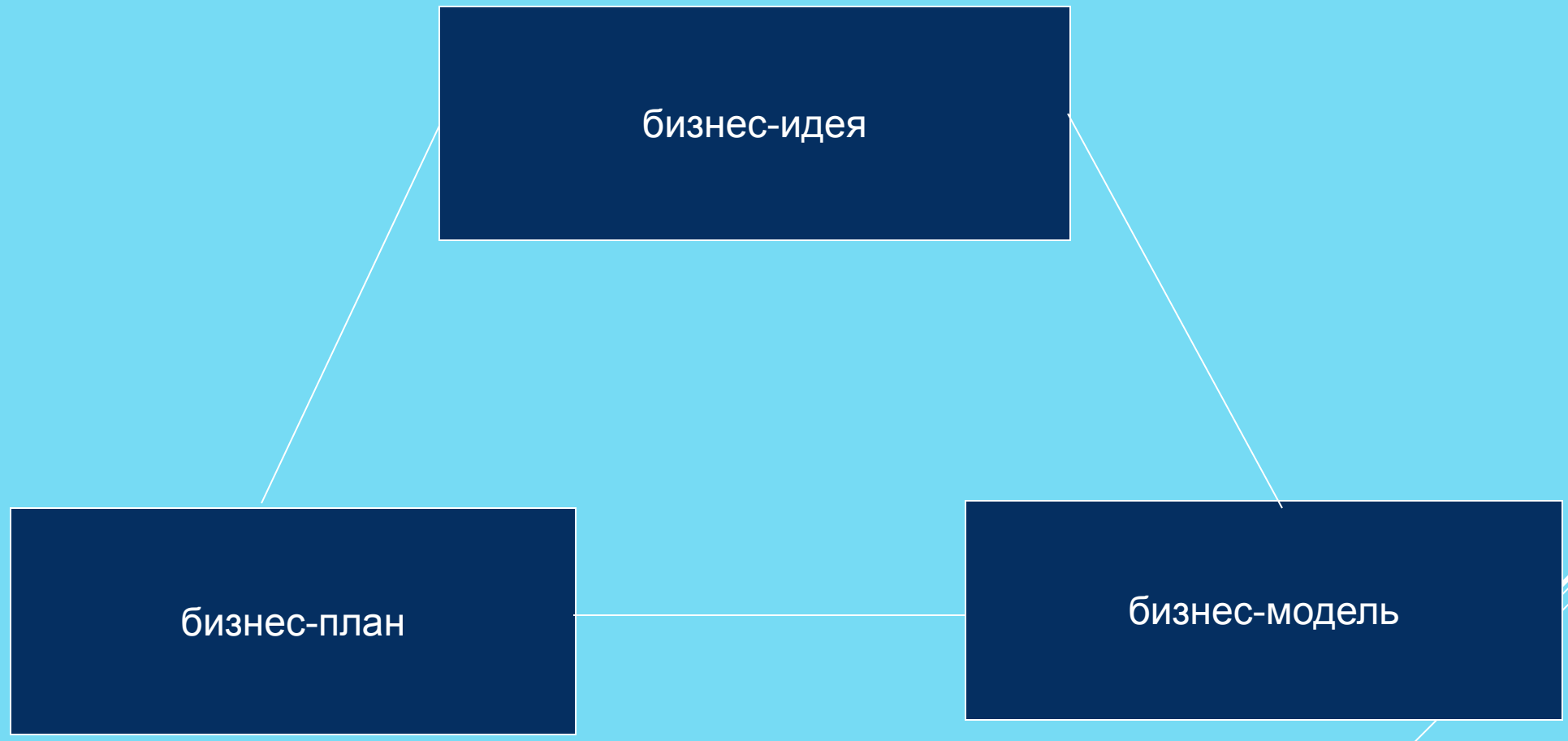
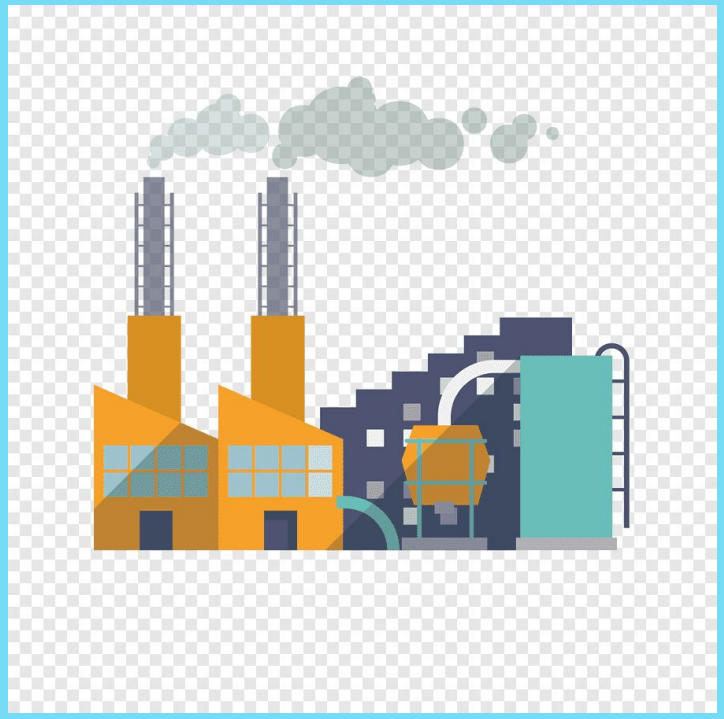
БИЗНЕС-МОДЕЛИ ОСНОВНЫХ СЕКТОРОВ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

ЧТО ТАКОЕ БИЗНЕС-МОДЕЛЬ?


бизнес-идея
бизнес-план
бизнес-модель

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ – это индивид, который объединяет и организует факторы производства, создавая предприятие с целью получения прибыли и реализации предпринимательской идеи.

ТАЛАНТ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ – способность рационально и наиболее эффективно сочетать (использовать) ресурсы для производства экономических благ, способность принимать решения и рисковать.



Предпринимательство:

- ✔ процесс *создания потребительского блага*, обладающего *ценностью* и приносящий в результате денежный доход и личное удовлетворение от достигнутого.
- ✔ стремление к *самостоятельному ведению дел*, деловой активности по практической реализации идеи, рожденной искусством мысли и реализуемой в форме проекта.
- ✔ стиль поведения, основанный на принципах *новаторства* и *инициативы* в деле создания продукта (в форме товара, услуг, работ) для удовлетворения нужд потребителя.

Предпринимательская деятельность

✔ Формы осуществления предпринимательства при создании потребительских благ:

- материальных (осязаемых),
- нематериальных (неосязаемых).

Особенности предпринимательства:

- творческое начало, связанное с характером личности,
- мотивация деятельности по созданию собственного дела,
- исключительный дар предвидения,
- сильная волевая личность,
- развитая интуиция.

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ

- создает новый продукт, или предлагает уже известный с новыми качествами
- задействует новые способы производства
- осваивает новые рынки сбыта или уже освоенные – в новых объемах
- использует новое сырье
- по-новому организует дело

Йозеф Алоиз Шумпетер (1883-1950 гг., Австрия, США)

ФАКТОРЫ ПРОИЗВОДСТВА – РЕСУРСЫ: ТРУД, ЗЕМЛЯ, КАПИТАЛ, ТАЛАНТ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ

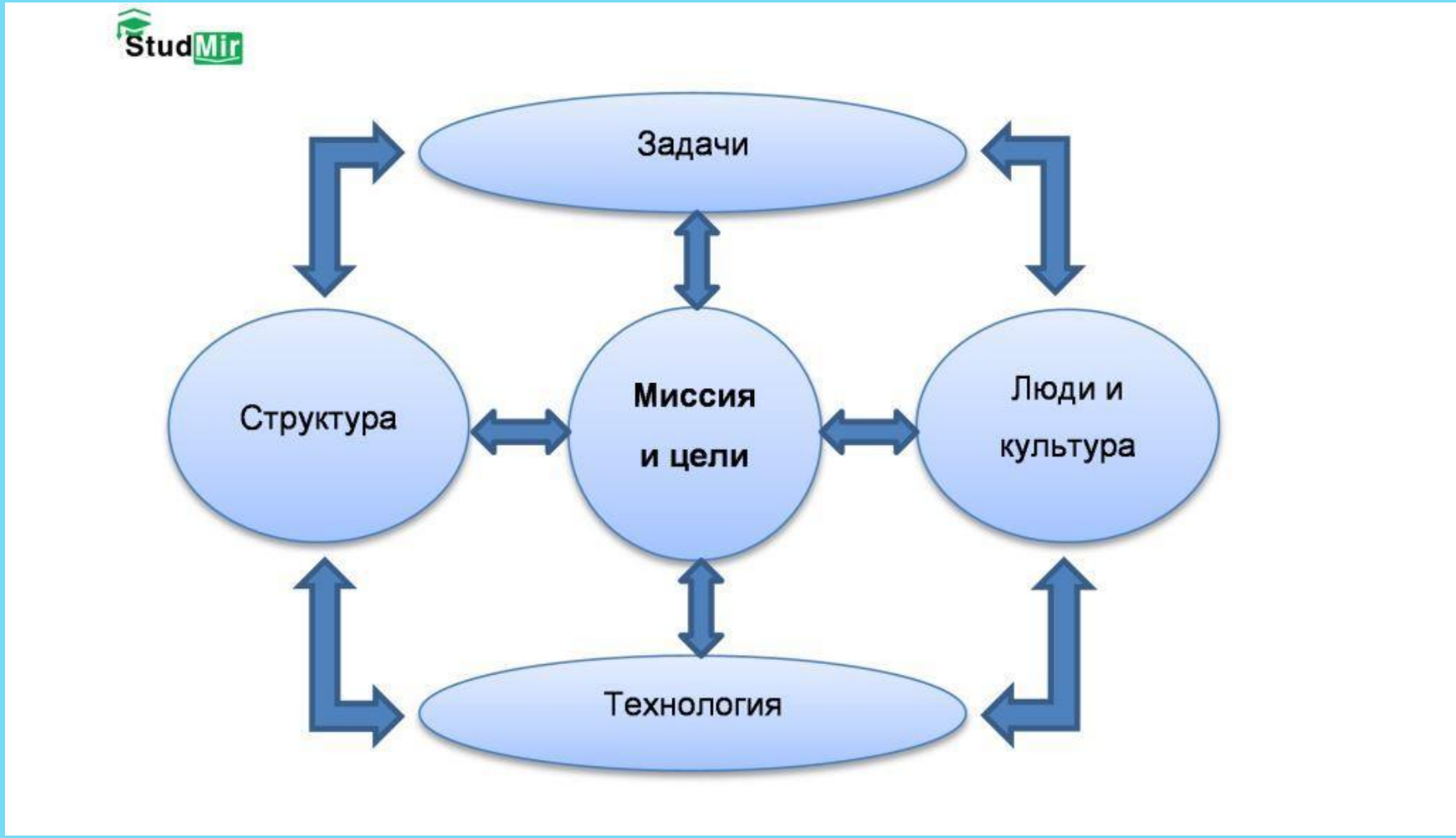
МАТЕРИАЛЬНЫЕ:

- природные ресурсы, земля
- капитал – все ценное, что используется для производства
- финансовые – денежные средства

НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ:

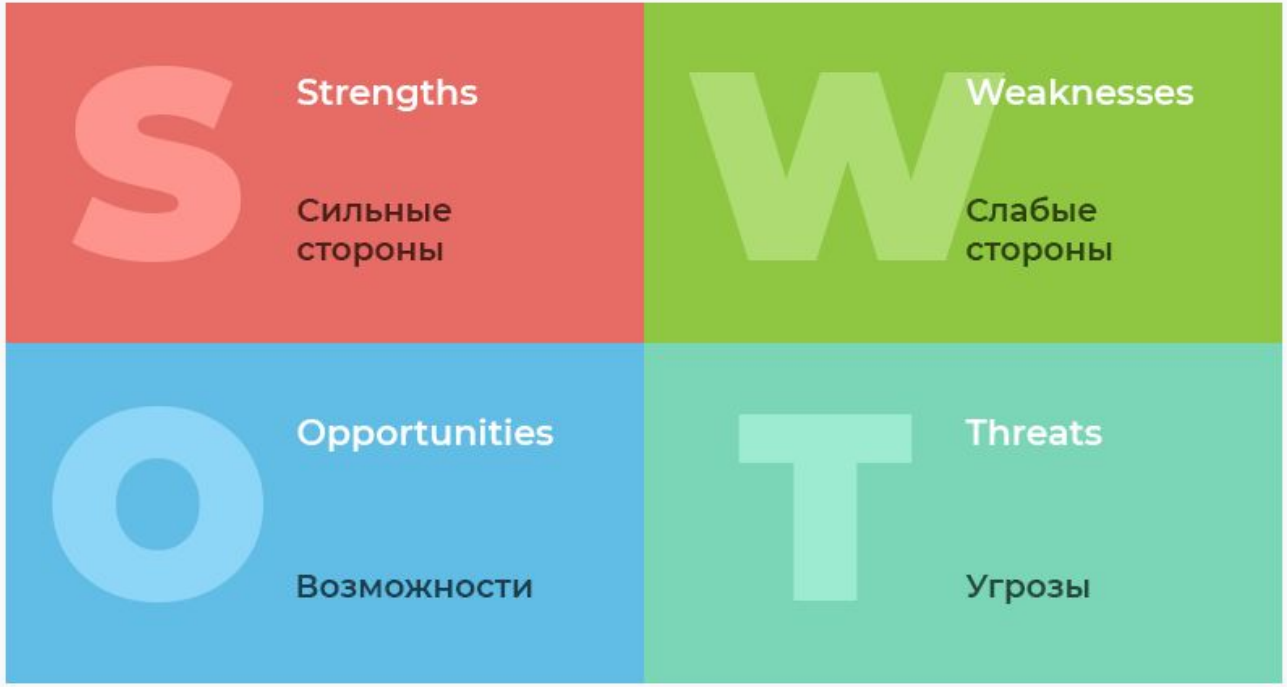
- человеческие – сотрудники организации, их навыки и умения, таланты, качества
- организационные (четкая хорошо функционирующая структура, система)
- идеи, изобретения
- бренд, репутация
- информационные (информация, клиентская база, ИСУ – информационная система управления)
- времЕнные

ВНУТРЕННЯЯ СРЕДА ОРГАНИЗАЦИИ



ВНЕШНЯЯ СРЕДА ОРГАНИЗАЦИИ

АНАЛИЗ ВНУТРЕННЕЙ И ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ ОРГАНИЗАЦИИ



ВНЕШНИЙ МИР СЕГОДНЯ – ЭТО СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СИСТЕМА

- **сложная**
- **с высоким уровнем неопределенности**
- **меняется каждый день, в том числе благодаря стремительному развитию инноваций**

вот почему так важны стартапы

как предпринимательские проекты,

основанные на новой идее

Инновации – плоды креативного мышления. Это новшества, появляющиеся по мере развития творческих идей и изобретений, воплощенных в новые продукты.

Предприниматель доводит новшество от изобретателя до потребителя. Роль предпринимателя заключается в *коммерциализации* новшества, в создании рынка нового продукта.

Таким образом, предприниматели являются новаторами, но не всегда они являются изобретателями. *Роль предпринимателя* – найти свой способ комбинации ресурсов, создать продукт и довести его до потребителя.

В этом и есть инновация предпринимателя.

Свойства инноваций «Новшество» и «Инновация»

НОВШЕСТВО → **ИННОВАЦИЯ (нововведение)**

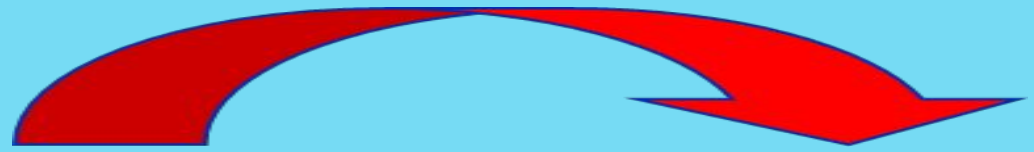
Практическое применение новшества (коммерциализация)

Новое знание
Новый метод
Изобретение
Открытие

Реализация новшества. Принятие новшества. (диффузия)

Если новшество не находит практического применения – это не инновация!

Отличия смысла «нововведения» и «инновации»



НОВШЕСТВО	НОВОВВЕДЕНИЕ	ИННОВАЦИЯ
Новый метод Изобретение Открытие	Первое применение новшества	Принятие Новшества к распространению (диффузия)

Инновационный процесс

Новшество
(идея,
(новое знание)

Прототип
(модель продукта)

Прототип
(модель продукта)

Диффузия
(распространение)
инноваций

Процесс создания нового продукта, готового к реализации

Процесс коммерциализации нового продукта:
- **реализация**
- **распространение**

Инновационный процесс –
это процесс преобразования научного знания в инновацию (от идеи – до конечного продукта и его дальнейшего практического использования)

Свойства инноваций

- **Научно-техническая новизна**
- **Производственная применимость**
- **Коммерческая реализуемость**

Инновации призваны удовлетворять рыночный спрос и приносить прибыль производителю

Инновации неразрывно связаны с предпринимательством

Типы инноваций

- ***создание новых продуктов*** (товаров, услуг, работ) для дальнейшего выхода на рынок;
- ***новый производственный процесс*** или представление потребителям ранее существующего, но усовершенствованного продукта;
- ***вывод существующего продукта на новый рынок*** или ранее не привлекательный рынок;
- ***использование нового источника ресурсов*** (материальных, нематериальных трудовых), необходимых для производства;
- ***создание и развитие новой организационной*** или производственной структуры; создание новой модели бизнес-процессов;
- использование ***новых бизнес-моделей***, методов и инструментов привлечения финансовых ресурсов для бизнес-процессов.

БИЗНЕС-ПРОЦЕСС – ЭТО

наиболее распространенное определение:

совокупность взаимосвязанных мероприятий и (или) работ, направленных на создание товара или услуги для потребителей

смысл:

ОРГАНИЗАЦИЯ –

стартап, малое предприятие, корпорация –

это СИСТЕМА

организация ведет экономическую деятельность (бизнес)

с целью получения прибыли

и каждый процесс в организации, направленный на достижение этой цели, –

БИЗНЕС-ПРОЦЕСС

КАК СДЕЛАТЬ, ЧТОБЫ ВСЕ ЭТО РАБОТАЛО? КАК ОРГАНИЗОВАТЬ БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ?

КАК ТОЧНО НЕ НАДО ☺ ☺ ☺

БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ НЕОБХОДИМО ОПТИМИЗИРОВАТЬ.

ВСЕ НАЧИНАЕТСЯ С БИЗНЕС-ПЛАНА, КОТОРЫЙ:

- позволяет наиболее полно осмыслить процессы и системы функционирования организации
- проанализировать текущую ситуацию на рынке
- оценить финансовые результаты новых проектов
- получить основное или дополнительное финансирование бизнеса
- действовать более эффективно в конкурентной среде

ЦЕЛЬ НАПИСАНИЯ И РАЗРАБОТКИ БИЗНЕС-ПЛАНА – ОПРЕДЕЛИТЬ, НАСКОЛЬКО ЭФФЕКТИВНЫМ БУДЕТ ПЛАНИРУЕМОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ ИЛИ ПРОЕКТ И НАСКОЛЬКО ЦЕЛЕСООБРАЗНО ВКЛАДЫВАТЬ В НЕГО ДЕНЬГИ, ТО ЕСТЬ ИНВЕСТИРОВАТЬ.

ИНВЕСТИЦИИ – ВЛОЖЕНИЕ КАПИТАЛА С ЦЕЛЬЮ ПОЛУЧЕНИЯ ПРИБЫЛИ.

КАК ПРАВИЛО, СТАРТАП ТРЕБУЕТ ИНВЕСТИЦИЙ, СЛЕДОВАТЕЛЬНО, ВАШ БИЗНЕС-ПРОЕКТ – ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПРОЕКТ,
А БИЗНЕС-ПЛАН – ЕГО «ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА».

ПИШЕТСЯ НА СРОК 3-5 ЛЕТ, В ЗАВИСИМОСТИ ОТ СПЕЦИФИКИ ПРОЕКТА И ВНЕШНИХ УСЛОВИЙ.

БИЗНЕС-ПЛАН – ЭТО ДОКУМЕНТ, КОТОРЫЙ:

- характеризует все аспекты бизнес-проекта
- планирует предпринимательскую деятельность
- моделирует и устанавливает финансовые показатели, которые необходимо достичь за определенный период
- выявляет риски и проблемы, возможные в процессе реализации проекта
- позволяет избежать ошибок, следовательно, убытков, и достичь целей проекта оптимальным способом

определяет в бизнес-процессах «узкие места»,

которые тормозят развитие бизнеса и могут привести к потерям

ИЗ ЧЕГО СОСТОИТ БИЗНЕС-ПЛАН?

МЕТОДИКА UNIDO (UNITED NATIONS INDUSTRIAL DEVELOPMENT ORGANISATIONS – ОРГАНИЗАЦИЯ ОБЪЕДИНЕННЫХ НАЦИЙ ПО ПРОМЫШЛЕННОМУ РАЗВИТИЮ, 1978 Г.)

- резюме
- идея, сущность проекта
- план маркетинга
- план производства
- организационный план
- финансовый план
- приложение

РЕЗЮМЕ

- просто и лаконично изложить суть вашего бизнеса – что собираетесь делать, чем ваш продукт или услуга выгодно отличается от конкурентов, и почему потребители им заинтересуются, каких инвестиций или затрат потребует реализация проекта, каковы источники их получения.
- приводятся плановые количественные показатели – объемы будущих продаж, выручки, прибыли, срок окупаемости инвестиций.
- объем 1-2, максимум 3 страницы. Некоторые инвесторы читают только резюме с целью понять базовые идеи и перспективы бизнеса и решить, стоит ли вкладываться.

Если вы можете и планируете привлечь к реализации проекта известных личностей, заявляйте об этом в резюме!

ИДЕЯ, СУЩНОСТЬ ПРОЕКТА

- исходные данные проекта (почему, зачем, какую проблему решаем)
- образец нового продукта
- опыт предпринимательской деятельности
- оценка рынка продукта
- целевая аудитория
- оценка конкурентов
- SWOT-анализ проекта относительно конкурентов

ПЛАН МАРКЕТИНГА

- цели маркетинга
- какой будет ваша маркетинговая стратегия
- какие маркетинговые мероприятия планируете проводить
- финансовое обеспечение плана маркетинга

УВАЖАЙТЕ СВОЕГО ПОТРЕБИТЕЛЯ

и БЕРЕГИТЕ СВОЮ РЕПУТАЦИЮ!

ПЛАН ПРОИЗВОДСТВА

- кто будет производить новый товар
- какие производственные мощности требуются и что есть в наличии
- какие материальные факторы производства (ресурсы) необходимы
- что представляет собой производственный процесс

ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН

- организационно-правовая форма компании
- организационная структура компании
- четко прописанные обязанности сотрудников
- партнеры
- внешняя среда бизнеса
- трудовые ресурсы
- руководство компании

ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

- план доходов и расходов
- план денежных поступлений и выплат
- сводный баланс активов и пассивов компании
- график достижения безубыточности
- стратегия финансирования (источники поступления средств и их использование)
- оценка рисков и страхование

ПРИЛОЖЕНИЕ

- прогноз продаж
- план финансирования
- анализ прибыли и убытков
- анализ денежных потоков
- баланс
- иные таблицы, графики, чертежи, если они необходимы

БИЗНЕС-ПЛАН ВАЖНО ПИСАТЬ САМОСТОЯТЕЛЬНО!

ЗАДАЧА НЕ ТОЛЬКО ПРИВЛЕЧЬ ИНВЕСТОРА, НО И САМИМ АВТОРАМ ПОНИМАТЬ ВСЕ «УЗКИЕ МЕСТА» ПРОЕКТА.

ЕСЛИ ПРИВЛЕКАЕТЕ СПЕЦИАЛИСТОВ К НАПИСАНИЮ БИЗНЕС-ПЛАНА, УЧАСТВУЙТЕ И ВНИКАЙТЕ ВО ВСЕ ДЕТАЛИ.

4 ЭТАПА РАЗРАБОТКИ БИЗНЕС-ПЛАНА

1. формулировка миссии фирмы
2. определяются финансовые и нефинансовые цели и показатели, которых необходимо достичь
3. определяются те цели, которые достигаются путем реализации обозначенных стратегий развития
4. оценка компании через призму конкретных продуктов и рынков

Стартап – стартовая стадия начала процесса создания и развития условий для разработки и предложения рынку нового продукта, отвечающего запросам потребителей и фактам, свидетельствующим о готовности потребителей покупать данный продукт.

БИЗНЕС-МОДЕЛЬ – АНАЛИЗ И СХЕМАТИЧНОЕ ОПИСАНИЕ ВЗАИМОСВЯЗАННЫХ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ КОМПАНИИ

Экспресс-анализ бизнеса, который позволяет понять:

- как развивать компанию
- как оптимизировать бизнес-процессы
- какие ресурсы нужно привлечь для роста бизнеса

СТАРТАПУ

- оценить нишу, которую планируете занять
- увидеть перспективы и скрытые риски
- протестировать идеи

Бизнес-модель – совокупность ключевых элементов, наличие которых необходимо для выполнения функций стартап-проекта. Бизнес-модель дает максимально четкое представления о потенциальных потребителях продукта, ценностном предложении, стоимости предоставляемого продукта и механизме получения прибыли.

Стратегии выбора идей для создания бизнес-модели – возможные ***пути развития событий для выбора***, разработки и реализации идей бизнес-процесса.

Стратегия заимствования опыта. Главным преимуществом данной стратегии является возможность перенимать опыт других фирм и тем самым не совершать ошибки.

Основной проблемой при использовании данной стратегии будет чрезмерное количество возможностей модификаций и экспериментирования.

Стратегия комбинирования. Стратегия характеризуется переносом и объединением двух и более бизнес-моделей. Трудностями при этой стратегии выступают сложности при планировании и реализации, а преимуществом – снижение вероятности копирования инновации конкурентами.

Стратегия рычага. Эту стратегию используют только успешные новаторы. При данных процессах у компании есть возможность управлять рисками, так как она опирается на собственные усилия и опыт. Сложность заключается в сохранении баланса компании между переменами и стабильностью работы ее систем.

СЕКТОРА ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ, ИЗУЧАЕМЫЕ В ДАННОЙ ДИСЦИПЛИНЕ:

1. Сектор **ITC (Информационно-коммуникационные технологии)**
2. Сектор **Life Sciences (Науки о жизни)**
3. Сектор **Agritech (Агротехнологии)**
4. Сектор **Cleantech (Чистые технологии)**
5. Сектор **TransportTech (Технологии на транспорте)**
6. Сектор **Creative Technologies (Новые технологии в дизайне, искусстве, культуре, развлечениях)**
7. Сектор **Emerging Technologies (Новые технологии)**

СЕКТОР ICT
ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Сектор **ITC -** компании, которые специализируются на сборе, обработке, хранении и передаче информации.

Основными сегментами рынка являются:

- Data Center Systems (Системы для Дата-центров);
- Enterprise Software (Корпоративное ПО);
- Devices (ИТ – оборудование);
- IT Services (ИТ – услуги);
- Communications Services (Коммуникационные сервисы).

СЕКТОР LIFE SCIENCES
НАУКИ О ЖИЗНИ

Life Sciences industry - компании, которые специализируются на исследованиях, разработке и производстве препаратов, продуктов, лекарств, улучшающих жизнь живых организмов.

Основными направлениями развития технологий являются:

- Биотехнологии;
- Биомедицинские технологии;
- Нутрицевтики (пищевые продукты, витамины и минералы для поддержания и укрепления здоровья);
- Космецевтики (это косметические препараты, которые создаются в рамках косметологии и фармакологии);
- Медицинские устройства;
- Пищевые технологии и др.

СЕКТОР AGRITECH
АГРОТЕХНОЛОГИИ

AgroTech industry – включает компании, которые развивают технологические инновации, меняющие способы выращивания, сбора, упаковки, хранения, транспортировки, обработки и продажи продуктов питания и других сельскохозяйственных продуктов.

Основными направлениями развития сектора являются:

- новые системы земледелия;
- умное земледелие;
- орошение;
- животноводство и птицеводство;
- аквакультура;
- после сбора урожая;
- биотехнологии и др.

СЕКТОР CLEANTECH
ЧИСТЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

CleanTech industry – компании, которые развивают технологии чистого производства энергии или продукции.

Основными направлениями развития сектора являются:

- солнечная и ветровая электроэнергетика;
- биотопливо;
- очистка воды;
- переработка отходов производства и жизнедеятельности человека.

TRANSPORTTECH INDUSTRY
НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ НА ТРАНСПОРТЕ

TransportTech industry – компании, которые развивают инновационные технологии на транспорте: воздушном, речном, железнодорожном, наземном.

Направлениями развития сектора являются:

- экологичность;
- обеспечение безопасности;
- автоматизация и роботизация;
- новые технологии и материалы;
- механизмы управления и топлива;
- дизайн и др.

CREATIVETECH INDUSTRY
НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ДИЗАЙНЕ, ИСКУССТВЕ, КУЛЬТУРЕ, РАЗВЛЕЧЕНИЯХ

CreativeTech industry – компании, которые развивают инновационные технологии в области дизайна, искусства, культуры, гуманитарных наук, сферы развлечений.

Направлениями развития технологий являются:

- компьютерная графика;
- видеопроизводство;
- цифровая кинематография;
- виртуальная и дополненная реальность;
- CAD технологии (компьютерной поддержки проектирования);
- CAM технологии (компьютерная подготовка производства)
- носимые технологии (создание электронных устройств, которые носит человек,

EMERGINGTECH INDUSTRY
НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

EmergingTech industry – компании, которые развивают инновационные технологии, которые в значительной степени не реализованы и могут оказать большое влияние на общество и мировую экономику.

Примеры новых технологий:

- искусственный интеллект (AI);
- интернет вещей (IoT);
- робототехника;
- виртуальная и дополненная реальность;
- дроны;
- 3D печать и др.

БИЗНЕС-МОДЕЛЬ И БИЗНЕС-МОДЕЛИРОВАНИЕ

Бизнес-модель используется для описания основных принципов создания, развития и успешной работы предпринимательской организации, как целостной микросистемы.

В своем становлении бизнес-моделирование опиралось на практику постоянно обновляющихся бизнес-моделей.

- 50-е годы 20 в. - бизнес-модели ресторана McDonald’s и японского производителя автомобилей Toyota;

- В 60-е годы новаторские идеи в построении бизнес-моделей были воплощены сетью магазинов розничной торговли (Уол Март) Wal-Mart;

- В 70-80-х годах разработали и успешно адаптировали бизнес-модели логистические компании DHL и FedEx, высокотехнологичные компании Intel и Dell Computer;

- В 90-х годах успех демонстрировали интернет-магазины eBay, Amazon, сеть кафе Старбакс (Starbucks).

БИЗНЕС-МОДЕЛЬ И БИЗНЕС-МОДЕЛИРОВАНИЕ

Для чего применяются бизнес-модели на практике?

- для создания и реализации успешных стартап-проектов;
- оценки и анализа эффективности бизнеса компании в сравнении конкурентами;
- реализации инновационных проектов и создания инновационных компаний;
- оценки инвестиционной привлекательности бизнеса компании в будущем;
- трансформации бизнеса компании с учетом изменений на рынке;
- максимизации ценности для клиентов.

В настоящее время многие бизнес-модели утратили свою эффективность и конкурентоспособность. И наоборот возникают новые высокоэффективные бизнес-модели .

Бизнес-моделирование стало активно развиваться в период перехода современного бизнеса к широкому использованию **информационно-коммуникационных технологий.**

ПОДХОДЫ К РАЗРАБОТКЕ БИЗНЕС-МОДЕЛИ

Компонентный подход к разработке бизнес-модели – один из наиболее распространенных подходов. На его основе были разработаны многие бизнес-модели современных предпринимательских структур.

Модель Гассмана М.

Модель состоит из 4 элементов (измерений):

1. **Клиент –** кто является целевыми клиентами?
2. **Ценностное предложение** – что компания предлагает клиентам?
3. **Цепочка создания стоимости** – как компания создает продукты/услуги?
4. **Способ получения прибыли** – какой способ генерации прибыли?

Цель данной схемы – помочь составить максимально четкое представление о потребительских сегментах, ценностном предложении, цепочке создания стоимости и механизме извлечения прибыли, формирующих бизнес-модель, и в то же время **заложить основу для будущих инноваций.**

ПОДХОДЫ К РАЗРАБОТКЕ БИЗНЕС-МОДЕЛИ

Модель Остервальдера А. и Пинье И.

Авторы предложили рассматривать процесс разработки бизнес-модели, как процесс выделения конкурентных преимуществ фирмы на основе отдельных компонентов (структурных блоков), которые свойственны любой успешной бизнес-единице.

Данный прием разработки бизнес-модели получил название «модель Холста» («Model Canvas»), поскольку каждый предприниматель должен, исходя из имеющихся у него представлений о своей миссии, «разукрасить» имеющиеся на «холсте» элементы (компоненты) в различные «цвета» и их комбинации, которые бы наиболее полно отражали внутренние и внешние конкурентные преимущества фирмы.

«Модель Холста» («Model Canvas»), как наиболее популярной версии модели Остервальдера-Пинье, состоит из девяти ключевых компонентов и выступает своеобразным шаблоном, служащим технологической основой разработки собственной операционной бизнес-модели в любой сфере деятельности (отрасли).

ПОДХОДЫ К РАЗРАБОТКЕ БИЗНЕС-МОДЕЛИ

Модель Остервальдера А. и Пинье И.

В схематическом изображении «модели Холста» («Model Canvas») отражены следующие компоненты:

1. Сегменты основных потребителей (Customer Segments).
2. Ключевой продукт (ценностное предложение), обеспечивающий конкурентоспособность фирмы на определенном сегменте (нише) рынка (Value Propositions).
3. Каналы доставки ключевого продукта основным потребителям (Channels).
4. Систему отношений с основными потребителями, которые являются главными генераторами доходов фирмы (Customer Relationship).
5. Ключевые виды деятельности, или ключевые компетенции, которые необходимы для реализации бизнес-миссии компании (Key Activities);

ПОДХОДЫ К РАЗРАБОТКЕ БИЗНЕС-МОДЕЛИ

Модель Остервальдера А. и Пинье И. (продолжение)

6. Ключевые ресурсы, которые необходимы для ключевой деятельности (Key Resourcers).

7. Ключевые партнеры (Key Partners).

8. Потоки доходов, определяющих экономическую целесообразность выпуска и предложения ценности на рынок (Revenue Streams).

9. Структура затрат, обеспечивающая маржу бизнесу (Cost Structure).

Модель Остервальдера-Пинье нацеливает предпринимателя на всесторонний подход ко всем бизнес-компонентам, которые необходимы для обеспечения формирования и последующей реализации уникальных конкурентных преимуществ бизнеса.

БИЗНЕС-МОДЕЛЬ ПРЕДПРИЯТИЯ CANVAS

А. ОСТЕРВАЛЬДЕР, И. ПЕНЬЕ, 2000-Е ГГ.

КЛАССИФИКАЦИЯ БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ

Существуют разные подходы к классификации бизнес-моделей. Например:

1. **Архетипы бизнес-моделей MIT** (MIT Business Model Archetypes (BMAs), разработанную группой специалистов из Массачуссетского технологического института (2004).

В зависимости от того, какой актив продается на рынке (финансовый, физический, нематериальный, человеческий) выделяют бизнес модели, обеспечивающие определенные права на актив:

- **Создатель** – предполагает существенное предобразование собственности (создатель, производитель, изобретатель);

- **Дистрибьютер** – предполагает ограниченное преобразование собственности (финансовый трейдер, оптовый продавец/ритейлер, IP трейдер);

- **Владелец** – означает использование активов (владелец финансовых активов, владелец физических активов, владелец нематеральных активов, контрактор);

- **Брокер** – предполагает подбор в соответствие с запросами (брокер по финансовым активам, брокер по физическим активам, IP брокер, брокер по человеческим ресурсам).

БИЗНЕС-МОДЕЛИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ (МАЙКЛ РАПП)

1. **Брокерская модель –** электронные торговые площадки для проведения сделок между участниками рынка. Сведение вместе покупателей и продавцов B2C, B2B, C2C рынков.
2. **Рекламная модель –** модель опирается на коммуникационную связь с потребителем: поисковые системы, порталы, контекстная, банерная реклама и др. Расширенная модель традиционных СМИ.
3. **Модель информационного посредника –** специализированные информационные системы для участников рынка, интернет-агентства маркетинговых исследований. Предоставление независимой информации покупателю и продавцу.
4. **Модель торговли** – виртуальная система торговли, каталог, продажа цифровых продуктов, веб-магазин с широким ассортиментом товаров.
5. **Модель производителей или «прямая модель» -** прямые продажи от производителей через Интернет, сокращает каналы распределения продукта..

БИЗНЕС-МОДЕЛИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ (МАЙКЛ РАПП)

6. **Партнерская модель –** предложение финансовых стимулов на сайтах партнеров, обмен банерами, платные клики, распределение доходов от продаж с партнерами. Возможность совершать покупки сразу же с нескольких сайтов.
7. **Модель сообществ –** открытый контент, социальные сети, открытые источники программного обеспечения. Жизнеспособность модели основывается на лояльности пользователей.
8. **Модель подписки –** предоставление товаров/услуг пользователям по подписке за определенную плату.
9. **Модель «по требованию»** – предоставление продуктов/услуг пользователю дозированно, по принципу счетчика. Строго учитывается трафик, время, объем потребления ресурса пользователем, на основании которого выставляется счет

СТИЛИ БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ (ОСТЕРВАЛЬДЕР А., ПИНЬЕ И.)

Бизнес-модели можно подразделяются на виды, исходя их характеристик, сходной структуры, сходного поведения.

1. **Разделение бизнес-модели –** стиль, предполагающий разделение бизнеса на три вида деятельности: бизнес, ориентированный на клиентов, ориентированный на инновации, ориентированный на инфраструктуру.
2. **Длинный хвост** – это стиль, предполагающий продажу понемногу большого количества нишевых товаров.
3. **Многосторонние платформы** - объединяют две или более различных, определенным образом связанных групп потребителей Платформа создает ценность, способствуя взаимодействию между группами.
4. **FREE** - бизнес-модели FREE-типа по крайней мере один значимый потребительский сегмент может в течение длительного времени получать выгоду от бесплатного предложения продукта.

СТИЛИ БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ (ОСТЕРВАЛЬДЕР А., ПИНЬЕ И.)

5. Открытые бизнес-модели – стиль, предполагающий создания и сохранения ценности за счет сотрудничества с внешними партнерами. Это может осуществляться «извне» – посредством использования внешних идей или же «изнутри» – путем предоставления сторонним партнерам идей или активов, не востребованных фирмой.

ПОСТРОЕНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ В ОРГАНИЗАЦИИ

1. идентификация и описание бизнес-процессов: сложное сделать наглядным и простым
2. автоматизация бизнес-процессов
3. создание схемы управления бизнес-процессами (показатели результативности и своевременное реагирование)
4. развивать новые компетенции участников бизнес-процессов

ВИДЫ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ:

up-pro.ru/library/production_management/operations_management/kak-biznes

МОДЕЛИРОВАНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ДЛЯ СТАРТАПА

Необходимо определить

- желаемый результат бизнес-процесса
- кем и какие действия выполняются и в каком порядке
- документооборот выполняемого процесса
- как оценивать надежность процесса
- возможности расширения и модификации процесса в будущем

2 важных действия:

- ОПТИМИЗАЦИЯ – выбор наилучшего варианта из возможных для достижения наибольшей эффективности процесса
- РЕИНЖИНИРИНГ – переосмысление и изменение бизнес-процессов для достижения максимального эффекта