

УДК 658.11

*Т.В. Ковалева*

Тихоокеанский государственный университет, Хабаровск, email: 011494@pnu.edu.ru

## **ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ОБЛАСТИ СОЗДАНИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ**

**Ключевые слова:** бизнес-модель, теории фирмы, концепции, подходы, сетевая модель, экосистемная модель, стратегическое сетеобразование.

В статье представлены результаты теоретико-методологических исследований понятия, создания и функционирования бизнес-моделей. На основе сравнительного анализа зарубежных и российских концепций, теорий, подходов выявлены теоретические и методологические особенности понятия «бизнес-модель организации», рассмотрены основные виды и типы современных бизнес-моделей.

*T. V. Kovaleva*

Pacific State University, Khabarovsk, email: 011494@pnu.edu.ru

## **THEORETICAL AND METHODOLOGICAL RESEARCH IN THE CREATION AND FUNCTIONING OF BUSINESS MODELS**

**Keywords:** business model, firm theories, network model, concepts, approaches, ecosystem model, strategic network formation.

The article presents the results of theoretical and methodological studies of the concept, creation and functioning of business models based on a comparative analysis of foreign and domestic concepts and theories. The theoretical and methodological features of the concept of “business model of an organization” are revealed, the main types and types of modern business models are considered.

Одной из целей развития бизнеса является создание благоприятных условий для успешного и стабильного, долговременного функционирования компании, а также получения максимальной прибыли посредством предоставления своих услуг. Современные подходы к управлению исходят из предпосылок наличия грамотно созданной и выстроенной бизнес-модели организации. В настоящее время внешняя и внутренняя среда организаций характеризуется высокой степенью неопределенности, динамичности и сложности, это сказывается и на выборе бизнес-моделей организаций.

Анализ теоретических исследований показал, что понятие бизнес-модели в настоящее время меняет свою структуру, переходит к более гибким моделям, к сетевым формам взаимодействия, к моделям, построенным на основе цифровых платформ и сервисов. Особенно активно в отдельных отраслях экономики, например, в банковской, финансовой сферах и в отраслях оказания иных услуг конечным потребителям, развиваются цифровые экосистемы, в которых на единой платформе соединяется традиционный банковский бизнес и небанковские услуги.

Активное развитие цифровых технологий вызывает качественные изменения в архитектуре и операционной среде современных бизнес-моделей таких организаций. На смену стандартным моделям приходят гибридные (симбиотические) экосистемные сетевые модели, которые размывают и делают условными границы отдельной организации. Наблюдаются процессы стратегического сетеобразования во многих сферах экономики, не только в частном бизнесе, но и в системе общего и высшего образования. Отмечается, что по мере формирования платформенной экономики все больше будет проявляться тенденция к цифровому объединению различных отраслей и совместному управлению актива таких сетей.

Принимая во внимание актуальность темы и необходимость её дальнейшего исследования и развития, определены цели и задачи исследования.

### **Целью исследования**

Целью исследования является анализ теоретико-методологических исследований в области создания и функционирования бизнес-моделей.

Объект исследования – бизнес-модель организации.

### Основные результаты исследования

Понятие бизнес-модели имеет широкий диапазон подходов к определению и понимаю ее сущности, наблюдается отсутствие единого подхода исследователей к данной проблематике. Как отмечают Д.Е. Климанов, О.А. Третьяк, в 80% случаев исследователи предлагают авторские определения [1]. С одной стороны, это подтверждает сложность и противоречивость данного понятия, а с другой – многогранность понятия в зависимости от того, с какой стороны объясняют и рассматривают понятие, какие элементы и связи берут в основу, какая цель исследования в конкретном случае.

Базовое определение бизнес-модели исходит из того, какой способ превращения имеющихся ресурсов в финансовый результат использует организация, как и в какой степени она возмещает издержки.

Усиление интереса к изучению бизнес-моделей получения стабильной прибыли связывают, в том числе, и с периодом обвала Пузыря Доткомов (Dot-com bubble) рынка акций IT компаний и стартапов в США. В этот период благодаря развитию интернет-технологий, стали активно появляться первые онлайн-компании, электронные магазины, что требовало новых экономических моделей ведения бизнеса. Стали появляться сетевые компании, полностью представленные в виртуальном пространстве (интернет-аукцион eBay, онлайн-магазин Amazon и поисковик Yahoo!) [2].

Бизнес-модель приобрела новую формулировку для описания цифровых моделей бизнеса, а сама бизнес-модель стала ассоциироваться преимущественно с технологическими, инновационными компаниями [3].

Одним из первых, кто дал понятное определение бизнес-модели и ввел ее классификацию, был исследователь Пол Тиммерс, по его определению «бизнес-модель представляет собой совокупность продуктов и услуг, а также информационных потоков, в чье описание входили бизнес-процессы и их участники» [4].

Но стоит отметить важный акцент, всегда в описаниях бизнес-моделей присутствует финансовая составляющая, связь с финансовым результатом.

В период с 2000-х годов выявилась еще одна необходимая черта бизнес-модели – ценностная составляющая для клиентов. Так, А. Остервальдер и Йв Пинье отмечают, что «бизнес-модель – это то, как предприятие создает, транспортирует и реализовывает ценность» [6].

В.В. Бердников определяет бизнес-модель как «систему важнейших характеристик компании, отражающих экономическую логику ее функционирования, создания и потребления стоимости» [7]. О. А. Третьяк и Д. Е. Климанов рассматривают этот термин как способы разработки и продажи продукта посредством взаимодействия с другими организациями, т.е. построения сетей [8]. С. И. Межов отмечает связь бизнес-модели и стратегического менеджмента – бизнес-модель – это «план того, как компания будет достигать стратегические цели» [9].

В таблице 1 представлен анализ различных авторских концепций понятия бизнес-модели.

Анализ авторских определений позволил выделить пять концепций: ценностно-ориентированная, стратегическая, ресурсная, финансово-экономическая, сетевая. При этом наблюдается комплексность в каждом подходе, нельзя четко определить какая концепция главенствует, как правило, концепции на стыке нескольких.

На первом месте по упоминанию стоит ценностно-ориентированная, далее ресурсная, финансово-экономическая, сетевая и стратегическая.

Что объединяет эти концепции, понимание, что бизнес-модель – это не отдельная конструкция, а отображение организации, ее внутренних и внешних связей, процессов, взаимодействий.

Анализ различных источников позволяет нам выделить ключевые идеи, элементы бизнес-модели компании: ценность для клиентов; система создания этой ценности; ресурсы для создания ценности; стратегия, финансовая модель компании.

В работах О.Е. Каленова, Э.А. Козловской и других представлен анализ трансформации бизнес-модели к инновационному типу [19].

Таблица 1

Анализ авторских определений понятия бизнес-модели

Автор	Ключевые идеи	Концепция
П. Тиммерс [10]	Архитектура, взаимосвязи, акторы, их роли, интересы и доходы	Сетевая Финансово-экономическая
А. Сливотски [11]	Механизм выбора потребителя, ресурсы, взаимосвязи элементов, способов создания стоимости, зоны прибыли	Ресурсная Финансово-экономическая
К. Прахалад, Г. Хамел [12]	Ключевые компетенции, процесс создания стоимости, конфигурация ресурсов и способностей	Ресурсная Финансово-экономическая
А. Остервальдер [6]	Способ создания добавленной стоимости, способ поставки клиентам ценности продукта	Ценностно-ориентированная Финансово-экономическая
Г. Чесбро [9]	Создание ценности и получение прибыли	Ценностно-ориентированная Финансово-экономическая
П. Вейл, М. Витале [13]	Роли, взаимоотношения с клиентами, партнерами и поставщиками, каналы информации и ресурсов	Сетевая Ресурсная
Дж. Магретта [14]	Внутренняя структура, клиенты, ресурсы, финансовые результаты, ценность для клиента, эффективность	Сетевая Ресурсная Ценностно-ориентированная Финансово-экономическая
О. Гассман [15]	Ценности, создание стоимости, механизм получения прибыли	Ценностно-ориентированная Финансово-экономическая
С. Шафер, Х. Смит [16]	Стратегия, стратегические решения по поводу выбора, создания и использования ценности, стратегические сети	Стратегическая Сетевая
Н. Гаджихейдари, Б. Зарей [17]	Набор элементов и их взаимосвязей, логика конкретного бизнеса	Сетевая Ресурсная

Предпосылками данных трансформаций являются процессы развития новых технологий, изменение потребительских предпочтений, повсеместная цифровизация.

В исследованиях П. Тиммерса [21], П. Вейли, М. Витале [13] представлен авторский подход к классификации инновационных бизнес-моделей, в работе Г. Чесбро [9] представлена классификация моделей по типу инновационного развития, в работе К. Мейсона представлена классификацию альтернативных бизнес-моделей по типу взаимодействия со средой.

В современных исследованиях авторы все чаще приходят к выводу, что уже официально закрепились новая бизнес-модель – экосистемная модель. При этом нет согласия среди исследователей – экосистема – это тоже самое, что сеть или гибрид различных моделей.

Р. Браун и С. Мейсон определяют экосистему как «набор связанных с предпринимателем агентов, организаций (фирм, венчурных фондов, агентств, бизнес-ангелов, банков), учреждений (университетов, предприятий государственного сектора, финансовых органов) и процессов, которые официально и неофициально взаимодействуют друг с другом с целью создания, управления и развития эффективности локальной предпринимательской среды» [28].

Традиционная бизнес-модель строится на классической модели цепочки создания стоимости М. Портера. Инновационная модель выражается в принципах ведения бизнеса, постоянный вывод на рынок инноваций, что позволяет не конкурировать, а устанавливать свои правила игры. Представляется, что современная бизнес-модель должна быть инновационной в своей сути.

Таблица 2

Теории фирмы и ключевые характеристики бизнес-модели в рамках теории

Теория фирмы	Понятие фирмы в рамках теории	Ключевые характеристики бизнес-модели
Неоклассическая теория (Р. Кантильон, И. Тюнен, Ф. Найт, Й. Шумпетер, Дж.М. Кейнс, Ф. Хайек, И. Кирцнер)	Объект, осуществляющий преобразование исходных ресурсов в продукцию с помощью набора технологий, а также привлечение этих ресурсов в производство	Основа экономической концепции предпринимательского дохода и инновационной бизнес-модели предпринимательской функции и прибыли
Неоинституциональная теория (Р. Коуз, Д. Норт, Дж. Ходжсон): теория транзакционных издержек, новая теория прав собственности, контрактная теория фирмы, агентская теория	Сеть взаимоотношений между собственниками и менеджерами Совокупность транзакций Сеть долгосрочных двусторонних контрактов Сеть обособленных прав собственности	Сети, институты – как условие для реализации интересов всех участников рынка по поводу создания стоимости, необходимость сетей, контрактов, обособленных прав собственности связано с противостоянием неопределенности внешней среды
Эволюционная теория (Р. Коуз, О. Уильямсон, С. Закс, Р. Нельсон, С. Уинтер)	Фирма рассматривается как один из объектов в обособленной биологической популяции. Поведение фирмы определяется взаимоотношениями между членами этой популяции, а также внутренними характеристиками объекта. Набор сформированных правил, совокупность рутин, естественный отбор и селекция, наследование признаков, изменчивость, мутация, обучение и механизмы социальной памяти	Бизнес-модель организации должна содержать механизмы адаптации и самоорганизационные механизмы. Источник эволюционного и революционного развития необходимо искать в продуктовых и процессных инновациях и грамотном обеспечении рутинных операций

Цифровая экосистема – это комплекс сервисов и платформенных решений, который основан на сборе больших данных о клиентах, позволяющий пользователям этих сервисов получать разнообразные продукты и услуги в рамках одного процесса. Предлагаемые сервисы направлены на удовлетворение большинства ежедневных потребностей индивидуального клиента, как физического лица, так и юридического лица. Как правило, все сервисы работают через одну цифровую платформу, что позволяет создать каждому клиенту единый «профиль», через который у него будет доступ сразу ко всем сервисам.

Цифровые экосистемы становятся основным источником дохода для компаний, и к 2025 году, по прогнозам McKinsey, они будут генерировать около 30% корпоративного дохода [29]. В качестве основной цели создания и развития

экосистем компании отмечают повышение прибыльности деятельности, выход на новые потребительские сегменты и отраслевые рынки, расширение клиентской базы и повышение уровня лояльности клиентов.

Ключевым фактором успеха называют способность экосистем не просто предлагать финансовые услуги, но и создавать дополнительную ценность для клиентов через интеграцию в различные сферы их жизни. Эффективное функционирование экосистемы невозможно без встраивания в нее финансовых услуг, платежных систем, омниканального взаимодействия.

Стоит посмотреть на развитие подходов к понятию бизнес-модели с точки зрения эволюции теории фирмы. Представим анализ соотношения теории фирмы и характеристик бизнес-модели организации в рамках теории фирмы (табл. 2)

Таблица 3

Принципы разработки современных бизнес-моделей

Принцип	Характеристика
Комплексность	Эффективность бизнес-модели зависит от способа соединения различных концепций в некий гибрид, самые успешные варианты бизнес-моделей формируются на стыке многих теория и подходов
Ценностная ориентация	Эффективность бизнес-модели зависит от той ценности, которую она создает для клиентов и стоимости для собственников
Оmnikanальное взаимодействие	Бизнес-модель должна иметь возможность настройки бесшовной коммуникации с клиентом, партнерами, поставщиками через различные каналы, при этом каналы интегрированы между собой, а стандарты сервиса для них совпадают
Персонализация предложения	Бизнес-модель должна позволять свою настройку под индивидуальные запросы клиентов, что увеличивает ценностное предложение, лояльность клиентов и в конечном итоге прибыль организации
Кроссиндустриальность	Эффективность бизнес-модели зависит от возможности увязать различные услуги, продукты, ресурсы разных сфер, которые приобретает клиент через кросс-функциональную платформу такого взаимодействия
Информационная защищенность и безопасность	Эффективность бизнес-модели зависит от качества настройки и защиты входящих и исходящих потоков, ресурсов, внутренней структуры от рисков информационной и технологической безопасности
Финансовая и экономическая результативность	Эффективная бизнес-модель результат эффективно разработанной финансовой модели
Технологичность	Эффективность бизнес-модели зависит от уровня использования современных цифровых технологий, финансовых технологий, технологий платежей и других
Сетевые межорганизационные связи	Бизнес-модель не должна являться закрытой системой, чем больше сетевых межорганизационных связей, совместных проектов, тем эффективнее вся сеть

Проведенный анализ подходов к определению бизнес-моделей позволяет сформулировать принципы разработки современных бизнес-моделей (табл. 3)/

**Выводы**

Таким образом, проведенный теоретико-методологический анализ понятия «бизнес-модель» позволяет развить теоретическую базу и методологию управления новыми современными инновационными бизнес-моделями и повысить их эффективность. Сформулированные принципы характеризуют точки роста бизнес-модели и ее сильные стороны, наличие которых повышает

стабильность и эффективность результатов деятельности организации в современных условиях.

Между тем результативность созданной бизнес-модели предстает как один из основных результатов выбранной и реализованной стратегии развития.

Требуют дальнейшего исследования вопросы оценки устойчивости бизнес-моделей, их гибкости, описание функционирования, анализ состава участников, их взаимосвязей и сетевых взаимодействий, риски бизнес-моделей, а также оценка влияния существующей или созданной бизнес-модели на результаты деятельности организации или сети организаций.

*Библиографический список*

1. Климанов Д.Е., Третьяк О.А. Бизнес-модели: основные направления исследований и поиски содержательного фундамента концепции // Российский журнал менеджмента. 2014. № 3. С. 107–130.
2. Пузырь доткомов: что это такое и почему все говорят о повторении истории. [Электронный ресурс]. URL: <https://quote.rbc.ru/news/article/5ce3d5c99a7947958b7062df> (дата обращения: 05.06.2024).
3. Литовченко О.В. Цифровая экономика России и пути развития // Вопросы устойчивого развития общества. 2020. № 2. С. 98–108.
4. Бекмурзаев И.Д., Чебиева Х.С. Влияние информационных технологий на современные преобразования общества // Вопросы устойчивого развития общества. 2020. № 3(1). С. 125–129.
5. Hoskisson R.E., Hitt M.A. Theory and Research in Strategic Management: Swings of the Pendulum // Journal of Management. 2019. Vol. 25, № 3. P. 417–456.
6. Остервальдер А., Пинье И. Построение бизнес-моделей. М.: Альпина Паблишер, 2013. 288 с.
7. Бердников В.В. Контроллинговые механизмы разработки и оценки эффективности бизнес-моделей компаний малого бизнеса // Вестник Пермского университета. 2018. № 1. С. 90–96.
8. Третьяк О.А., Климанов Д.Е. Новый подход к анализу бизнес-моделей // Российский журнал менеджмента. 2019. № 14. С. 115–130.
9. Межов С.И., Болденков А.В. Проектирование бизнес-процессов на основе инструментов бизнес-моделирования // Вестник алтайской науки. 2019. № 3. С. 359–365.
10. Timmers P. Business models for electronic markets // Electronic Markets. 1998. № 8 (2). P. 3–8.
11. Сливотски А. Миграция ценности. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2006. 306 с.
12. Прахалад К., Хамел Г. Конкурируя за будущее. Создание рынков завтрашнего дня. М.: ЗАО Олимп-Бизнес, 2002. 288 с.
13. Weill P., Vitale M. Place to Space: Migrating to E-Business Models // Harvard Business Press. 2001. № 25. P. 48–57.
14. Magretta J. Why business models matter? // Harvard Business Review. 2019. Vol. 80, № 5. P. 86–92.
15. Гассман О., Франкенбергер К., Шик М. Бизнес-модели: 55 лучших шаблонов. М.: Альпина Паблишер, 2019. 500 с.
16. Shafer S., Smith H., Linder J. The power of business models // Business Horizons. 2005. № 48(3) P. 199–207.
17. Hajiheydari N., Zarei B. Developing and manipulating business models applying system dynamics approach // Journal of Modelling in Management. 2012. № 8 (2). P. 155–170.
18. Гусаковский А.М. Бизнес-модели во всем разнообразии [Электронный ресурс]. URL: <https://smcrussia.ru/news/110/151/biznes-modeli-vo-vsem-raznoobrazii.html> (дата обращения: 05.05.2024).
19. Каленов О.Е. Трансформация бизнес-модели: от классической организации к экосистеме // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. 2020. Т. 17, № 3(111). С. 124–131.
20. Козловская Э.А., Яковлева Е.А., Радионова Ю.В. Принципы разработки бизнес-модели корпоративной стратегии инновационного развития // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. 2013. № 5(180). С. 82–89.
21. Межов С.И., Болденков А.В. Понятие бизнес-модели: сущность, типология и основные принципы построения // Экономика. Профессия. Бизнес. 2016. № 4. С. 24–30.
22. Mason K., Stefanos M. Flexible Business Models // European Journal of Marketing. 2012. Vol. 46, № 10. P. 5–9.
23. Клейнер Г.Б., Тамбовцев В.Л., Качалов Р.М. Предприятие в нестабильной экономической среде: риски, стратегии, безопасность. М.: ОАО «Издательство «Экономика», 1997. 186 с.
24. Тамбовцев В.Л. Стратегическая теория фирмы: состояние и возможное развитие // Российский журнал менеджмента. 2010. Т. 8, № 1. С. 5–40.
25. Очерки истории российских фирм: вопросы собственности, управления, хозяйствования / под ред. А.Л. Дмитриева, А.А. Семенова. СПб.: Издат. дом СПбГУ, 2007. 718 с.
26. Нельсон Р., Уинтер С. Эволюционная теория экономических изменений. М.: ЗАО «Финстатинформ», 2000. 474 с.
27. Прохорова В.В., Кобозева В.В. Концептуальные подходы к сущностной характеристике предпринимательских экосистем // Экономика и управление: проблемы, решения. 2019. Т. 11, № 2. С. 106–112.
28. Brown R., Mason C. Raising the batting average: Re-orientating regional industrial policy to generate more high growth firms // Local Economy. 2012. Vol. 27, №.1. P. 33–49.
29. Цифровая трансформация финансовых услуг: Модели развития и стратегии для участников отрасли. [Электронный ресурс]. URL: [https://finance.skolkovo.ru/downloads/documents/FinChair/Research\\_Reports/SKOLKOVO\\_Digital\\_transformation\\_of\\_financial\\_services\\_Report\\_Full\\_2019-11\\_ru.pdf](https://finance.skolkovo.ru/downloads/documents/FinChair/Research_Reports/SKOLKOVO_Digital_transformation_of_financial_services_Report_Full_2019-11_ru.pdf) (дата обращения: 06.06.2024).