

Граник И.М., к. э. н., доцент  
 Новикова А.В., магистрант  
 УО «Брестский государственный технический университет».  
 г. Брест, Республика Беларусь  
 irishka75@tut.by

## БИЗНЕС-МОДЕЛИРОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР

Бизнес-моделирование в современной управленческой науке начало активно развиваться с момента прихода информационных технологий. Предпринимательские структуры стали переходить на их применение в процессах управления субъектами предпринимательства. Потребовались точные описания всех процессов предпринимательской деятельности для того, чтоб иметь возможность использовать информационные технологии в создании управленческих систем.

В настоящее время бизнес-моделирование — это деятельность по формированию моделей организаций, включающая описание деловых объектов (подразделений, должностей, ресурсов, ролей, процессов, операций, информационных систем, носителей информации и т. д.) и указание связей между ними.

Бизнес-модель представляет собой комбинацию двух основных понятий (рис. 1).

БИЗНЕС	МОДЕЛЬ
Экономическая предпринимательская деятельность, направленная на извлечение прибыли	Абстрактное описание объекта в некоторой форме, отличной от формы его реального существования
↓	↓
<b>БИЗНЕС-МОДЕЛЬ</b>	
Аналитический инструмент, который дает абстрактное описание экономической предпринимательской деятельности, направленной на извлечение прибыли в некоторой форме, отличной от формы его реального существования.	

**Рисунок 1.** Взаимосвязь понятий «модель», «бизнес» и «бизнес-модель»

В современной экономике бизнес-модель должна ставить задачи для вывода инноваций как основного конкурентного преимущества организации (рис 1.2).



**Рисунок 1.2.** Бизнес-модель с центральным ресурсом «инновации»

1. Предложение потребительской ценности — описание проблемы покупателя, решение этой проблемы и стоимость этого решения с точки зрения покупателя.
2. Сегменты рынка — целевая группа, определённая с пониманием того, что у разных сегментов рынка разные потребности. Иногда потенциал инновации раскрывается лишь при переключении внимания с одного сегмента рынка на другой.
3. Структура цепочки создания ценности — положение и деятельность фирмы в цепочке создания и способ получения фирмой своей доли ценности, создаваемой в этой цепочке. Также включает определение конкурентов, партнеров и прочих сетевых эффектов, которые могут быть созданы для того, чтобы создать и доставить покупателю больше ценности.
4. Модель получения доходов и прибыли — как доход генерирует (продажи, аренда, подписка, услуги и т. п.), структура себестоимости и планируемая прибыль.
5. Конкурентные стратегии — как компания будет пытаться создавать своё устойчивое конкурентное преимущество и использовать его для укрепления конкурентной позиции фирмы на рынке.

6. Стратегии роста — как фирма собирается быстро развиваться и расти в течение длительного периода.

В целях обеспечения конкурентоспособности предпринимательских структур выделяют следующие основные виды бизнес-моделей:

— инсорсинговая бизнес-модель, которая основана на самостоятельном администрировании субъектом профессионального предпринимательства всех предпринимательских функций и ориентирована, на эффективное использование преимущественно внутренних источников и резервов повышения конкурентоспособности;

— аутсорсинговая бизнес-модель, основанная на привлечении внешних исполнителей для восполнения неключевых предпринимательских функций и обеспечении конкурентных преимуществ за счет концентрации собственных инновационных ресурсов на администрировании стратегического ядра бизнеса (ключевых функций), эффективной комбинации внешних ресурсов с внутренними ресурсами повышения конкурентоспособности.

В современное время в белорусской экономике процессы аутсорсинга получили распространение во всех предпринимательских структурах. Практика применения аутсорсинга на уровне глобальной экономики показывает, что предприниматели разных стран используют данные процесс неравномерно.

Аутсорсинговая бизнес-модель — одна из основных бизнес-моделей используемая современным предпринимательским бизнесом.

Аутсорсинг — (англ. яз. *outsourcing*) это целенаправленное выделение некоторых бизнес процессов и передача их исполнения стороннему исполнителю. Так же если у предприятия имеются процессы, которые оно реализует с наименьшим профессионализмом, логичным будет выделение всех этих процессов и передача их реализации на аутсорсинг.

Для того чтобы разработать аутсорсинговую бизнес-модель необходимо:

— выделить концептуальный уровень;

— применить комплексный подход к построению бизнес-модели современных предпринимательских структур, который вытекает из проанализированных нами ранее основных позиций экономистов.

Разработка актуальной аутсорсинговой бизнес-модели подразумевает построение наглядной, достоверной и обобщенной схемы предпринимательской деятельности коммерческой структуры.

Концепция аутсорсинга в настоящее время сводится к трем основным принципам:

1. Каждый должен заниматься своим делом, иметь возможность сконцентрироваться только на нем.

2. Решение всех задач необходимо поручить тому, для кого они будут основными, и он справится с их разрешением лучше.

3. Данное распределение поможет экономить силы и время заказчика и позволит получить доход исполнителю.

Субъект предпринимательства, выбирающий аутсорсинговую бизнес-модель, стремится не только сформировать конкурентные преимущества, но и обеспечить их постоянное приращение.

Для предпринимателей, избравших аутсорсинговую бизнес-модель определяется ряд факторов, обеспечивающих приращение конкурентных преимуществ:

1. Эффективная дифференциация предпринимательских функций.

Можем говорить о том, что предпринимательские функции являются проявлением предпринимательских действий и взаимодействий предпринимательской структуры со своим внешним и внутренним окружением. Дифференциация предпринимательских функций предполагает разделение труда на уровне предпринимательской структуры и выражается через совокупность функций, которые направлены на обеспечение конкурентоспособности современной предпринимательской структуры. Для поддержания конкурентоспособного уровня менеджеры компании должны четко определить какие функции являются ключевыми, а какие не ключевыми. Это позволит произвести высокоэффективный продукт.

2. Рационализация внутриорганизационной структуры.

При дифференциации функций каждый предприниматель проводит работу по рационализации внутриорганизационной структуры. Именно это позволяет собрать всех высококвалифицированных, узкопрофильных специалистов в одном ключевом отделе и направить их усилия на производство того самого ключевого ценного продукта, позволяет отказаться от создания всех звеньев организационной структуры, что помогает позитивно решить вопрос о кадровом обеспечении путем привлечения квалифицированных аутсорс-провайдеров.

3. Рациональное использование экономического времени.

Именно время играет важнейшую роль в воспроизводственном процессе.

Субъект предпринимательства, выбирая аутсорсинговую бизнес-модель, определяет стремление не только сформировать конкурентные преимущества, но и обеспечить их постоянное приращение. Исходя из этого мы должны определить факторы, которые определяют преимущества аутсорсинговой бизнес-модели и постоянное воспроизведение этих преимуществ, и их приумножение.

Если мысленно нарисовать аутсорсинговую бизнес-модель, то центром такой модели является стратегическое ядро бизнеса, а не аутсорсинговые процессы. Структурное подразделение аутсорсингового менеджмента, конечно, является важным, но не основным. Главным подразделением менеджеров являются ключевые менеджеры, которые выпускают на рынок ту ключевую ценность, которая и будет обеспечивать данной предпринимательской структуре основной доход.

#### Литература и источники:

- Андерсон, Э., Тринкл Б. Аутсорсинг в продажах. / пер. с англ. / Э. Андерсон, Б. Тринкл. — М., 2006 — 416 с.
- Аникин, А. Б., Рудая, И.Л. Аутсорсинг и аутстаффинг. — М., 2009. — 320 с.
- Бизнес модель. Модель бизнеса и её 1+6 компонентов, [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [www.cecsi.ru/coach/business\\_model.html](http://www.cecsi.ru/coach/business_model.html).