

СЕКЦИЯ 4 SESSION 4

Бизнестегі инновациялар: кәсіпкерлік білім арқылы тұрақты табысқа жету Innovation in Business: Sustaining Success through Entrepreneurship Education İş dünyasında Inovasyon: Sürdürülebilir Başarı için Girişimcilik Eğitimi Инновации в бизнесе: устойчивый успех через предпринимательское образование

УДК 005-027.21; 005.52

Азимбекова А.К.

*PhD, ст. преп. Университет имени Сулеймана Демиреля, Алматы, Казахстан
e-mail: akazimbekova@mail.ru*

ИННОВАЦИОННЫЕ БИЗНЕС-МОДЕЛИ – НОВЫЙ ПУТЬ РОСТА КОМПАНИИ

Андатпа. Басқарудың жаңа концепциясы бизнес-моделге деген қызығушылық күн сайын артып келеді. Автор бұл мақалада бизнес-моделі мәні мен даму эволюциясын, шетелдік компаниялардың инновациялық бизнес модельдер құру тәжірибесін қарастырды. Сонымен қатар отандық компаниялардың бизнес-модельдерін жетілдіру және дамыту бойынша стратегиялық бағыттарын келтірді.

Ключевые слова: бизнес-модель, инновациялық бизнес-модель, бизнес-моделдің компоненттері.

Повышая уровень бизнеса в стране за счет инноваций, в первую очередь в сфере производства товаров и оказания услуг, можно обеспечить рост производительности труда. Это, в свою очередь, приведет к увеличению конкурентоспособности предприятий страны на мировой арене. На уровне отдельных компаний особое внимание нужно уделять их стратегиям и модернизации бизнес-процессов путем создания инновационных бизнес-моделей, или включая инновации в существующие элементы бизнес-моделей, таких как предлагаемая фирмой ценность, экономическая модель фирмы, типы клиентов и взаимосвязь с ними, сеть партнеров, внутренняя инфраструктура.

Многие управляющие-практики и научные деятели видят будущее за инновационными бизнес-моделями. Группа The Economist Intelligence Unit провела в 2005 г. исследование и выявила, что, по мнению 50% руководителей [1], инновационные бизнес-модели важнее для процветания компании, нежели инновационные продукты.

Что же такое бизнес-модель и инновационная бизнес-модель? Учёные разных стран мира сошлись на том, что главное в бизнес-модели – это ценность. По мнению Генри Чесбро, бизнес-модель компании – это способ, который компания использует для создания ценности и получения прибыли [2]. В своей книге Александр Остервальдер и Ив Пинье называют бизнес-моделью логическое обоснование того, как компания создаёт, доставляет и поглощает ценность (экономическую, социальную, и т.д.) [3].

Бизнес-модель подвергается воздействию факторов внешней среды и постоянно меняется. Эволюцию бизнес-моделей на протяжении XX века можно представить следующим образом:

1. Первая бизнес-модель, являющаяся одной из основных и по сей день – бизнес-модель «хранителя магазина» (от англ. «the shop keeper model») – открытие магазина там, где есть спрос на ценность.

2. Следующая бизнес-модель появилась в начале XX в. – модель «приманки и крюка». Называемая так же как «модель бритв и лезвий», «моделью, привязывающей к продуктам».

3. В поисках путей повышения операционной эффективности, начиная с 1950-х инновационные бизнес-модели были разработаны компаниями McDonald's, Toyota, а в 1960-х – передовиками выступили Wal-Mart и Hypermarket; в 70-е новую бизнес-модель разработал Starbucks.

4. С 1970 по 1990-е широкое развитие информационных технологий способствовало появлению бизнес-моделей Microsoft, dot-coms, Intel, DellComputer, eBay и Amazon.com.

5. В последние годы наиболее эффективные и оригинальные бизнес-модели были созданы компаниями IKEA, Google, Apple [4].

Все вышеназванные компании превзошли своих конкурентов за счет создания инновационных (более эффективных) бизнес-моделей. Инновационная бизнес-модель – это способ соединения факторов бизнеса (капитал, труд, материальные ресурсы) в цепочку создания стоимости нового продукта и компании как таковой. Нужно отметить то, что Генри Чесбро пишет, что «в самой технологии никакой внутренней ценности нет – ее ценность определяется бизнес-моделью, при помощи которой эта технология выходит на рынок» [5]. Технология, внедренная в производство посредством двух различных бизнес-моделей даст два разных экономических результата. Значит, технология действительно сама по себе не имеет ценности, и ее экономическая ценность остается скрытой, пока она не будет коммерциализирована с помощью бизнес-модели.

Компания IBM (в 2006 г.) по итогам анализа практики ведения бизнеса 35 успешных компаний путем проведения опроса глав данных корпораций выделила (основные) три типа инновационных бизнес-моделей, такие как инновационная модель отрасли, инновационная модель предприятия и инновационная модель дохода. По результатам их опроса инновационные бизнес-модели имеют гораздо более сильную корреляцию с ростом операционной прибыли, чем другие виды инноваций. На сегодняшний день среди компаний, лидирующих по финансовым показателям, число руководителей, акцентирующих внимание на инновации в бизнес-модели выросло в 2 раза, нежели в инновации товаров (услуг/рынков) или процессные (операционные) инновации. По словам глав компаний с инновационной бизнес-моделью «инновационные товары и услуги могут быть скопированы, в отличие от инновационных бизнес-моделей» [6]. Так же инновационная бизнес-модель предприятия, оказалась наиболее распространенным на практике типом, нежели инновационная модель отрасли и инновационная модель дохода. Следует отметить то, что на наш взгляд инновационная бизнес-модель дохода является составной частью инновационной бизнес-модели предприятия.

Инновационная бизнес-модель компании опирается так же на инновации, которые играют роль в сети создания стоимости путем расширения/изменения деятельности предприятия и его связей с работниками, поставщиками, клиентами и др., а так же возможности активов. Этот аспект фокусирует внимание на пересмотр организационных границ. Например, компания по производству и розничной торговле одеждой Zara, которая управляет бизнес-процессами от проектирования одежды до доставки ее клиентам, осуществляет обратную связь с клиентами через магазины. Информация, собранная от клиентов, поступает к дизайнерам, на основе ее разрабатывается новая ценность, которая затем идет в производство. Благодаря упрощенной технологии поставок Zara выпускает в год больше 5 новых коллекций одежды.

Компания Dell — одна из успешных предпринимательских проектов. Основные принципы ее модели – исключение фирм-посредников, разработка компьютерных систем по заказам клиентов, что обеспечивает высокую оперативность работы с клиентами, умеренные нормы прибыли и высокую оборачиваемость товарных запасов, быстрое внедрение новых технологий, высокоэффективные процедуры материально-технического снабжения, производства и реализации продукции. Все

вышеперечисленные факторы обеспечивают среднегодовые темпы роста компании более чем на 40%.

Инновационная бизнес-модель предприятия может быть создана путем специализации, где организации концентрируют внимание на ключевых компетенциях и деятельности с высокой рентабельностью, а остальное передают на аутсорсинг.

Инновационные бизнес-модели приводят к существенному росту компании, меняют правила поведения рынка и отрасли, т.е. меняют отрасль. Таким образом, создание инновационных бизнес-моделей становится причиной создания инновационных отраслей. Инновационная бизнес-модель отрасли – инновационная цепочка создания стоимости путем перехода (интеграции) в другие отрасли, совершенствования существующих отраслей, создания совершенно новых отраслей путем разработки и использования уникальных активов. В качестве примера бизнес-модели совершенно новой отрасли можно привести Google, а так же другие компании, созданные с появлением уникального ресурса – Интернет.

Учитывая вышеизложенное можно сказать, что роль и значимость бизнес-модели в управлении компании неоспорима, но на сегодняшний день нет общепринятых подходов в определении ключевых элементов бизнес-модели. В последнее время пользуется большой популярностью у практиков менеджеров концепция бизнес-модели предложенная Александром Остервальдером, согласно которой основными элементами бизнес-модели являются ключевые партнеры, ключевые виды деятельности, ключевые ресурсы, ценностные предложения, взаимоотношения с клиентами, каналы сбыта, потребительские сегменты, структура издержек и поток поступления доходов (рисунок 1). Инновационные бизнес-модели могут быть созданы путем внедрения инноваций в каждый из вышеназванных компонентов.

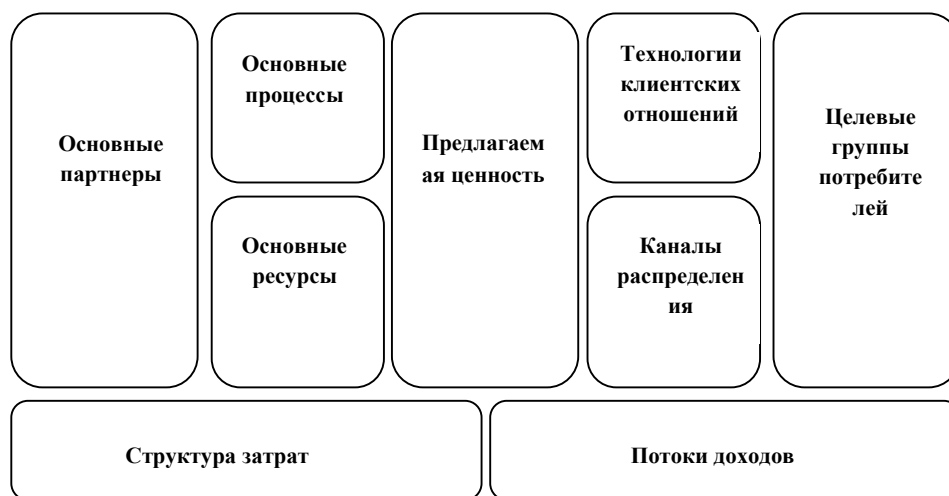


Рисунок 1 - Канва бизнес-модели (А. Остервальдер и И. Пинье) [3].

Основными задачами казахстанских компаний является повышение производительности труда и конкурентоспособности, инновационной активности. Вызывает интерес, какие элементы бизнес-модели должны быть усовершенствованы для улучшения данных аспектов деятельности отечественных компании. В качестве стратегических направлений улучшения и создания инновационных бизнес-моделей можно выделить следующие направления: совершенствование механизмов взаимосвязи звеньев ЦСЦ бизнес-модели; инновационный подход в изменении компонентов бизнес-модели; инновационный подход в совершенствовании механизмов взаимосвязи компонентов бизнес-модели; совершенствование механизмов взаимосвязи в сети создания ценности; традиционный способ создания новой ценности; инновационный способ создания (использования) ранее известной ценности; инновационный способ

создания инновационной ценности. Инновационные бизнес-модели позволяют создать новые рынки, неохваченные конкурентами, с высокой прибылью.

Таким образом, на основе вышесказанного можно сделать следующие выводы. Бизнес-модель — это описание уникального способа, который компания использует для создания ценности и получения прибыли с помощью составляющих ее внутренних компонентов во взаимодействии с элементами внешней среды. Все современные бизнес-модели можно разделить на 2 типа – традиционные бизнес-модели и инновационные бизнес-модели. Инновационная бизнес-модель – это тип бизнес-модели который в своем составе имеет компонент(ы) с инновационным содержанием или же использует новые виды взаимосвязи между ними (компонентами). Учитывая низкий уровень инновационной активности Казахстанских предприятий необходимо создавать инновационные бизнес-модели предприятий постепенно внедряя инновации в их отдельные компоненты при этом учитывая специфику отраслей.

Список литературы:

- 1 Маркова В. Д. Бизнес-модель: сущность и инновационная составляющая / Проблемы современной экономики. – 2010. – № 2 (34).
- 2 Chesbrough H. Open Business Models: How to Thrive in the New Innovation Landscape. – Harvard Business School Press, 2006.– 272 p.
- 3 А. Остервальдер. Построение бизнес-моделей: Настольная книга стратега и новатора / Александр Остервальдер, Ив Пинье; Пер. с англ. — М.: Альпина Паблишер, 2011. — 288 с.
- 4 Сооляттэ А.Ю. Бизнес-модели компаний: определение, эволюция, классификация // <http://www.finexpert-training.ru/index.php?ID=152&articleID=358/>
- 5 Антропов М.С., Белолипецкий В.Г.Современные инновационные стратегии и бизнес-модели компаний / www.msu.ru/projects/amv/doc/h6_1_6_1_nom4_2.pdf
- 6 Expanding the Innovation Horizon: The Global CEO Study 2006. – IBM Global Business Services, March 2006. – 16 p.

ӘОЖ 33

Алмабаева М.¹, Нұрғали Н.Д.²

¹Менеджмент мамандығының 2 курс студенті, І. Жансүгіров атындағы ЖМУ, Талдықорған, Қазақстан, e-mail: arnur_04@mail.ru

²Есеп және аудит мамандығының 3 курс студенті, І. Жансүгіров атындағы ЖМУ, Талдықорған, Қазақстан, e-mail: nurgalinazerke@mail.ru
Ғылыми жетекшісі: А. Тоқанұлы

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДА ШАҒЫН ЖӘНЕ ОРТА БИЗНЕСТІ ДАМУ

Abstract. Development of small and medium-sized businesses is the basis of any economy. The experience of developed countries shows that the creation and development of small and medium business creates favorable conditions for economic recovery: is formed and develops a competitive environment; overcome sectoral and regional monopolies; there is a saturation of the market in goods and services; carried out de-monopolization of the economy; implemented to achieve scientific and technological progress; jobs are created; effectively use the tangible and intangible resources; increased export potential; increasing tax revenues; formed the middle class. These benefits contribute to the fact that small and medium business is an essential element of the market economy, attractive to hundreds of thousands of people.

Кілт сөздер: экономика, бизнес, нарық, инфрақұрылым, дағдарыс.