

ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Мирончик В. В., асп., Ванкевич Е. В., д.э.н., проф.

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. В статье рассмотрены подходы к определению бизнес-модели. Сформировано авторское определение бизнес-модели молодежного предпринимательства. Выявлены отличия бизнес-модели корпоративного управления и бизнес-модели молодежного предпринимательства.

Ключевые слова: молодежное предпринимательство, бизнес-модель, современная экономика.

Понятие бизнес-модели и ее составляющие играют важную роль в исследованиях организаций (корпораций). В современной литературе существуют различные понятия бизнес-моделей, однако единая точка зрения не сформирована. Отсутствие единого теоретического подхода к пониманию сущности бизнес-модели обуславливает трудности в их изучении и оценке, поэтому представляется правомерным провести анализ существующих подходов для формирования авторского определения бизнес-модели в молодежном предпринимательстве.

Обобщение рассмотренных подходов к описанию бизнес-моделей позволяет сделать вывод, что все они так или иначе описывают внутренние переменные организации с различной степенью детализации. Особенности молодежной бизнес-модели в них не учитываются, также рассмотренные подходы к описанию бизнес-модели не позволяют выделить их различия в зависимости от размера организации. Указанные обстоятельства подтверждают необходимость четкого определения сущности бизнес-модели молодежного предпринимательства, что позволит разработать концептуальный подход к его анализу и поддержке.

Таким образом, анализ рассмотренных подходов позволит сформулировать авторское определение бизнес модели молодежного предпринимательства.

Бизнес-модель молодежного предпринимательства – упрощенная алгоритмизированная конструкция бизнеса, в основе которой – особенности его внутренних переменных (целеполагание, формулировки задач, технологии, структурное построение, кадровое обеспечение и организационная культура), ясно выраженные конкурентные преимущества и соответствующий им набор управленческих технологий и решений.

Бизнес-модели молодежного предпринимательства отличаются от корпоративной бизнес-модели. Основы корпоративного управления заложены в трудах М. Вебера и Ч. Барнарда [8].

Корпоративное управление по М. Веберу строится на принципах рационально бюрократии [8], в основе которой лежит четкое разделение труда, разработанная иерархия полномочий, ассоциативное взаимодействие и управление по четко сформулированным правилам и процедурам.

Определение рационально бюрократии Вебера стало основой для структурного построения корпоративных бизнес-моделей, которые в менеджменте относятся к классическим организационным структурам управления.

Другой взгляд на корпоративные бизнес-модели принадлежит Ч. Барнард, который ее определил как «систему сознательно скоординированных действий или усилий двух или более единиц», где акцент сделан на отдельных личностях в организации, в то время как у Вебера – на структуре и иерархии.

Корпоративное управление – это система управления компанией, которая включает в себя структуры, процессы и практики, направленные на обеспечение эффективности, прозрачности и ответственности в принятии решений. Основная цель корпоративного управления – защита интересов участников и обеспечение устойчивого развития компании. Бизнес-модель описывает способ, как компания создает и доставляет ценность для своих клиентов. Бизнес-модель определяет основные элементы бизнеса, такие как целевая аудитория, предлагаемые продукты или услуги, каналы распространения, источники доходов и т. д.

Таблица 1 – Систематизация подходов к определению бизнес-моделей

Автор	Определение	Мнение
А. Афуа, К. Л. Туччи [1]	Бизнес-модель представлена как система, состоящая из компонентов, связей между ними и динамики	В данном определении элементы бизнес-модели даны достаточно обобщенно
Чесбро Г., Розенблум Р. [2]	Бизнес-модель рассматривается как описание того, как компания намерена создавать стоимость на рынке, как уникальная комбинация продуктов, услуг, имиджа и распространения, включающая организацию людей и операционную инфраструктуру	В данном определении подчеркивается важность стратегического подхода к созданию ценности и уникального предложения, которые соответствуют потребностям рынка и позволяют компании добиться успеха и устойчивого конкурентного преимущества
Амит Р., Зотт К. [3]	Бизнес-модель отображает содержание, структуру и управление операциями, разработанными таким образом, чтобы создавать ценность посредством использования возможностей бизнеса	Определение бизнес-модели предоставляет практическое понимание того, как компания реализует свою стратегию и создает ценность посредством эффективного управления операциями и использования возможностей рынка
Раппа М. [4]	Бизнес-модель – это метод ведения бизнеса, с помощью которого компания может получать доход. Она описывает процесс зарабатывания денег, выявляет роль в цепи создания стоимости	Определение является точным и довольно кратким описанием того, что представляет собой бизнес-модель и как она способствует успеху компании на рынке
Тиммерс П. [5]	Бизнес-модель определяет совокупность продуктов, услуг и информации, описание различных участников бизнеса и их ролей, потенциальных выгод и источники получения дохода. Автор добавляет понятие «маркетинговая модель», которая объединяет бизнес-модели и маркетинговые стратегии	Определение бизнес-модели предоставляет комплексное понимание этого понятия, включая продукты, услуги, информацию, участников бизнеса, потенциальные выгоды, источники дохода и связь с маркетинговыми стратегиями. Включение понятия «маркетинговая модель» в определение является интересным дополнением
А. Остервальдер, И. Пинье [6]	Бизнес-модель определена как инструмент стратегического управления, используемый для описания бизнес-моделей новых или уже работающих предприятий. Концепция раскрывает термин «бизнес-модель» 9 блоками: потребительские сегменты, ценностные предложения, каналы сбыта, отношения с клиентами, потоки доходов, ключевые ресурсы, ключевые виды деятельности, ключевые партнеры, структура издержек	Определение подчеркивает важность девяти блоков, которые составляют концепцию бизнес-модели. Включены ключевые виды деятельности, представляющие собой основные процессы и операции, которые компания должна выполнять для создания ценности
С. Зайденстрикер, Ш. Шойерлеб, К. Линдерк [7]	Понятие бизнес-модели отражено через элементы, которые она включает: ценность, технологии, компетенции и ключевые ресурсы, каналы и отношения с клиентами, производственно-сбытовые цепи и процессы, сети и партнеры, доходы	Определение бизнес-модели предоставляет комплексное понимание этого понятия, включая различные элементы, которые работают вместе для создания ценности и достижения ее финансовых целей

Источник: Составлено автором по данным [1, 2, 3, 4, 5, 6, 7].

Бизнес-модель корпоративного управления отличается от модели молодежного предпринимательства.

Как представляется, основные отличия состоят в следующем:

- бизнес-модель корпоративного управления применяется в крупных компаниях с множеством сотрудников и сложной организационной структурой, в то время как молодежные предприниматели обычно начинают свой бизнес с небольшой командой или даже в одиночку;
- молодежные предприниматели часто ориентированы на инновации и готовы быстро изменять свои бизнес-модели в соответствии с рыночными требованиями, в то время как корпорации могут быть более консервативными и медленными в принятии решений;
- молодежные предприниматели часто создают свои компании на основе своих личных ценностей и убеждений, в то время как корпорации могут иметь более формализованную корпоративную культуру;
- корпорации обычно имеют доступ к большим финансовым ресурсам и могут привлекать инвестиции на рынке капитала, в то время как молодежные предприниматели часто начинают свой бизнес с ограниченными средствами и могут зависеть от собственных сбережений или кредитов;
- корпорации обычно имеют более развитые системы управления рисками и контроля, в то время как молодежные предприниматели могут быть более склонны к принятию рисков и экспериментам.

В целом, корпоративное управление и бизнес-модель молодежного предпринимательства имеют свои уникальные особенности и различные подходы к управлению бизнесом.

Таблица 2 – Различия бизнес-моделей корпоративного управления и молодежного предпринимательства

Показатели	Корпоративное управление	Молодежное предпринимательство
Инициативы	Организационные инициативы	Индивидуальные инициативы
Мотивация	Достижение финансовых показателей	Личные цели
Уровень риска	Низкий уровень риска	Высокий уровень риска
Мобильность	Структура и формальность	Гибкость и адаптивность
Стили развития	Стабильность и предсказуемость	Инновационность и креативность
Структура и управление	Иерархия и делегирование	Самостоятельность и автономность
Ориентация на цели	Ориентация на долгосрочные цели	Ориентация на краткосрочные цели
Ресурсы	Ограниченные ресурсы	Благоприятный доступ к ресурсам
Ценности	Организационные ценности и культура	Индивидуальные ценности и убеждения
Взаимодействие внутри организации	Формальные отношения	Неформальные отношения
Влияние	Значительное влияние на экономику, общество и окружающую среду	Ограниченное влияние на экономику или общество в целом

Источник: собственная разработка.

Главные отличия бизнес-модели корпоративного управления от бизнес-модели молодежного предпринимательства состоят в принципах структурного построения организации в организационной культуре. Если в корпоративной бизнес-модели организационная структура управления имеет четкую скалярную цепь, иерархию, разделение задач и распределение ответственности, то в бизнес-модели молодежного предпринимательства она может этих характеристик не содержать, а строится на горизонтальных взаимодействиях участников, ориентированных на общие цели без жесткой регламентации задач и доли ответственности. Такое структурное построение только на первый взгляд легче. В реальности оно может быть эффективным только при поддержке организационной культуры.

Поэтому в бизнес модели молодежного предпринимательства значение и принципы формирования организационной культуры играют первостепенную роль, а сама организационная культура в бизнес-модели молодежного предпринимательства отличается от организационной культуры в бизнес-модели корпоративного управления. Но для понимания эффективных форм ее формирования в молодежном предпринимательстве необходимо иметь четкое определение организационной культуры, ее показателей и методов диагностики.

Список использованных источников

1. Afuah, A., Tucci, C. Internet Business Models and Strategies. Boston: McGraw Hill, 2003.
2. Amit, R., Zott, C. Value creation in e-business // Strategic Management Journal. – 2001. – № 22. – P. 493–520.
3. Chesbrough, H., Rosenbloom, R. The role of the business model in capturing value from innovation: evidence from Xerox Corporation's technology spin-off companies. Industrial and Corporate Change. – 2002. – № 11(3). – P. 529–555.
4. Rappa, M. Business Models On The Web / M. Rappa. – URL: <http://digitalenterprise.org/models/models.pdf>.
5. Timmers, P. Business Models for Electronic Markets / P. Timmers // Electronic Markets. – 1998. – Vol. 8. – № 2. – P. 3–8. – URL: http://www.cs.uu.nl/docs/vakken/ec/Timmers_BMem.pdf.
6. Остервальдер, А. Построение бизнес-моделей: настольная книга стратега и новатора / А. Остервальдер, И. Пинье ; пер. с англ. М. Кульнева. – 3-е изд. – М. : Альпина Паблишер; Сколково : Московская школа упр., 2013. – 287 с.
7. Seidenstricker, S., Scheuerle, S., Linder, C. Business model prototyping – using the morphological analysis to develop new business model // Procedia. – 2014. – Vol. 21. – № 3. – P. 102–109.
8. Ричард, Х. Холл Организации: структуры, процессы, результаты. – СПб : Питер, 2001. – 512 с.

УДК 33:04

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В УСЛОВИЯХ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Петрова А. В., асс.

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. Создание условий для устойчивого развития сельскохозяйственного сектора экономики является одной из наиболее важных стратегических целей белорусской государственной политики. Государственное регулирование позволит обеспечить аграрным предприятиям равные условия с другими отраслями экономики, в результате чего сельскохозяйственные товаропроизводители смогут осуществлять расширенное воспроизводство и достичь необходимого для этого уровня финансовой устойчивости и рентабельности.

Ключевые слова: государственное регулирование, устойчивость, аграрная политика, сельское хозяйство.

В настоящее время сельское хозяйство Республики Беларусь представляет собой одну из приоритетных и стратегических отраслей экономики. Объективная необходимость и целесообразность осуществления государственной поддержки аграрной отрасли обусловлена особенностями данной отрасли и ее ролью в обеспечении продовольственной безопасности страны. Развитие сельского хозяйства в Республике Беларусь осуществляется в рамках государственных программ, которые включают приоритетные направления, финансовое обеспечение и механизмы реализации предусматриваемых мероприятий, показатели их результативности. Создание условий для дальнейшего