

ECONOMY

Rakimbayeva K.Y.

CLASSIFICATION OF THE TYPES OF BUSINESS

Rakimbayeva K.Y., Bulgaria, Varna Free University
Chernorizets Hrabra, doctoral student

Abstract

For management research areas such as the relationship between business and enterprise performance, business and innovation can be used classification of enterprises on the basis of business.

Keywords: economy, management, analysis, development.

Введение

На сегодняшний день бизнес как критерий для классификации предприятий используется лишь в таких молодых и быстрорастущих отраслях, как биотехнологические и отрасли, подверженные воздействию технологических изменений, такие как информационные, СМИ, телекоммуникационные. Предприятия биотехнологической промышленности, классифицированные на основе бизнеса, позволили лучше описать организационные различия между биотехнологическими предприятиями, нежели классические способы классификации.

Отрасли информационных технологий, средств массовой информации и телекоммуникаций подвержены большому воздействию электронных и мобильных технологий. Разделение предприятий данных отраслей на основе бизнеса помогает практикам и исследователям лучше понять изменения, происходящие в данной отрасли. Например, в процессе подготовки руководства по созданию электронных газет в Швеции авторами были выделены 3 типа бизнеса электронных газет, такие как повсеместные, местные и престижные,

3d the International Conference on the Transformation of Education 2015

основанные на взаимосвязи между предпочтениями читателей и особенностями СМИ.

Классификация предприятий на основе бизнеса отличаются друг от друга в зависимости от критериев, которые были взяты за основу классификации исследователями. Существующие на данный момент классификации предприятий на основе бизнеса ограничены в пределах пары отраслей, и имеют свою специфику, поэтому не могут быть применимы для классификации предприятий других отраслей.

Материалы и методы исследования

Среди предложенных подходов классификации бизнеса, можно привести типологию «Архетипы(стиль в архитектуре, пригодный для повторного использования, т.е. способ представления идей архитектурного дизайна. Кристофер Александр.[1с.57.] бизнес», разработанную специалистами Массачусетского технологического института в 2004 году (таблица 1) [2].

Таблица 1

Типология «Архетипы бизнеса»

Базовые модели Бизнес		Активы			
		Финансовые	Физические	Нематериальные	Человеческие
Права на активы	Создатель	Предприниматель	Производитель	Изобретатель	Создатель и продавец
	Дистрибьютор	Финансовый трейдер	Оптовый продавец/ Розничные продажи	IP трейдер	Дистрибьютор человеческих ресурсов *
	Владелец	Владелец финансовых активов	Владелец физических активов	Владелец нематериальных активов	Контрактор
	Брокер	Брокер по финансовым активам	Брокер по физическим активам	IP брокер	Брокер по человеческим ресурсам
Примечания 1 источник [2 с.31] 2 *- нелегальный бизнес					

Классификация «Архетипы бизнеса» основана на следующих двух признаках бизнеса компании: права на активы и активы, вовлеченные в бизнес. Основываясь на критерий «типы прав на активы» выделяет четыре основных бизнеса: создатель, дистрибьютор, владелец, брокер. Второй критерий «активы, вовлеченные в бизнес», как финансовые активы, физические активы, нематериальные и человеческие активы. На основе данных активов в рамках каждой из четырех базовых бизнеса получают еще по четыре бизнеса. Таким образом, всего

3d the International Conference on the Transformation of Education 2015

по классификации «Архетипы бизнеса» выделено 16 типов бизнеса, из которых в настоящее время только семь получили распространение среди компаний Америки.

В качестве признаков классификации бизнеса Н. Chesbrough использовал такие два параметра, как степень открытости бизнеса и объем инвестиций, используемых для развития бизнеса, и выделил шесть типов бизнеса: «недифференцированная, дифференцированная, сегментированная, внешне ориентированная, интегрированная с инновационным процессом и адаптивная» [3].

Недифференцированный бизнес (тип 1) - это бизнес компаний, конкурирующих между собой по цене и доступности предлагаемой ценности (рестораны, парикмахерские). Дифференцированный бизнес (тип 2) - это компании, бизнес которых имеют некоторые отличительные свойства от недифференцированного бизнеса; имеют возможность удовлетворять спрос потребителей сегмента рынка, где меньше конкуренции.

Сегментированный бизнес (тип 3) - это компании с более сильным бизнесом, которые предлагают ценность и конкурируют на разных сегментах рынка одновременно. Предлагаемая ценность в базовом комплекте по низким ценам потребителям, чувствительным к уровню цены ценности, они могут строить стратегии, как изменения продукта, так и технологии его изготовления. Внешне ориентированный бизнес (тип 4) - это бизнес, открытый изменением внешней среды. Она позволяет внедрять новые идеи исходящие, как от поставщиков, так и от потребителей в процессе взаимодействия с ними, планировать инновационную деятельность своей фирмы. Пятый тип - это компании, бизнес которых интегрирован с инновационным процессом. Бизнес играет здесь ключевую интегрирующую роль. Компании с бизнесом адаптивной (адаптируемые) платформы - это бизнес более открытый воздействиям внешней среды, нежели типы 4 и 5, которые оперативно приспосабливаются к ним, экспериментируя одновременно с несколькими бизнесами [4 с. 13- 15].

Определяя бизнес со схожими характеристиками (структурой, поведением) А. Osterwalder выделил пять стилей бизнеса: бизнес идеи разделения, «длинный хвост», многосторонние платформы, FREEи открытый бизнес (таблица 2).

**3d the International Conference on the
Transformation of Education 2015**

Таблица 2

Стили бизнеса А. Osterwalder

Бизнес идеи разделения	На предприятии могут существовать три формы деловой активности: деятельность, ориентированная на клиентов, на инновации и на инфраструктуру. Компания должна сосредоточиться на одном из данных видов.
«Длинный хвост»	Предложение компанией в большем объеме небольшого числа «хитовых» товаров, и в меньшем объеме большого количества наименований товаров менее популярных.
Многосторонние платформы	Объединяют две или более различных, но связанных друг с другом потребительских групп и создают ценность за счет посредничества
FREE	Бизнес, в которой по крайней мере один значимый потребительский сегмент может в течение длительного времени получать ценности бесплатно. Финансирование потребителей, которые ничего не платят, осуществляется за счет другой части бизнеса или другим сегментом рынка.
Открытый бизнес	Бизнес создающий и сохраняющий ценность путем сотрудничества с внешними партнерами, использования идей внешних агентов, или предоставляя внешним партнерам идеи, не востребованные компанией.
Примечание - составлено автором по источнику [1 с.58]	

Для того чтобы определить существующие типы бизнеса мы использовали метод морфологического ящика Ф.Цвикки и А.Уилсона [5]. Данный метод позволил построить сводную таблицу классификаций существующего бизнеса. Классификационными признаками бизнеса нами взяты выявленные ранее основные компоненты бизнеса: ценность, экономическая модель, факторы внутренних возможностей,

3d the International Conference on the Transformation of Education 2015

цепочка создания стоимости, факторы рынка - потребители и поставщики.

Для представления исходной информации используем морфологическую таблицу. Слева расположим классификационные признаки - компоненты бизнеса, а справа (характеристики) значения этих признаков (таблица 3). Каждый компонент обладает определенным числом независимых свойств.

Результаты и обсуждение

По результатам нашего исследования выявлены около 67 особенностей пяти компонентов бизнеса. На основе различных комбинаций типовых признаков компонентов можем сказать, что существуют минимум 4690 типов бизнеса.

В зависимости от компонента, на который акцентируют внимание, появляются различные типы бизнеса. Рассмотрим особенности типов бизнеса, указанных в таблице 3.

Ценность может быть изготовлена со стандартным набором свойств или же на заказ по индивидуальному запросу потребителя, тем самым приносить большую прибыль; предоставляться на рынок в массовом или в ограниченном количестве. На сегодняшний день компании могут получать прибыль, предлагая такие виды ценностей как продукт, право доступа к продукту на определенный срок (антивирусные программы), либо продукт в комплекте с продуктами/услугами других компаний (мобильные телефоны с правом доступа к бесплатным медиа сайтам). Успешной будет компания, предлагающая ценность, которая лучше или дешевле удовлетворит потребности клиентов, нежели ценность конкурентов.

Цепочка создания стоимости. Компания может осуществлять все звенья в цепи создания ценности самостоятельно, либо выполнять только те звенья, где будет иметь конкурентные преимущества, такие как разработка технологий, НИОКР, организация производственной деятельности, сбыт продукции, управление цепочкой поставок и т.д., а остальные звенья - передавать на аутсорсинг.

Интегрированный бизнес - это бизнес в которой фирма берет на себя ответственность за всю цепочку создания стоимости от А до Я, включая проектирование, производство и распределение ценности. Вертикальная интеграция ведет к увеличению экономии на масштабе и объемах капитала, что в свою очередь повышает барьеры входа в отрасль и вытеснить из

3d the International Conference on the Transformation of Education 2015

отрасли мелких игроков по мере снижения темпов роста отрасли [6 с.60].

При аутсорсинговом бизнесе центральная компания передает на основе контракта выполнение не ключевых бизнес-процессов другой компании. Центральные компании могут передать право на производство, право реализации ценности другой компании, специализирующейся в соответствующей области. Так, Корешков О.В. дает следующее определение аутсорсинговому бизнесу: «бизнес, основанный на концентрации собственных ресурсов на администрировании развития стратегического ядра бизнеса (ключевых функций), привлечении внешних исполнителей для выполнения неключевых (периферийных) предпринимательских функций и обеспечения конкурентных преимуществ за счет эффективной комбинации внешних ресурсов с внутренними резервами повышения конкурентоспособности» [7].

Гибридный подход, смесь двух вышеназванных бизнесов. Гибридные подходы являются наиболее распространенными в деятельности западных компаний [8 с. 184], так как стратегия аутсорсинга на сегодняшний день становится одним из способов снижения затрат и укрепления основных компетенций. В поисках способов повышения производительности, качества, скорости, результатов деятельности компании могут передать на аутсорсинг выполнение некоторых звеньев цепочки создания ценности. Бизнес в таких случаях создается путем специализации, где организации концентрируют внимание на ключевых компетенциях и на деятельности с высокой рентабельностью. В основном на аутсорсинг передаются следующие виды работ: полностью или целиком производство ценности, обслуживание информационной системы компании, ведение бухгалтерского учета и инвентаризации, управление запасами, транспортировка и складирование продукции и т.д. При франчайзинге сторона франчайзер может передать другой стороне (франчайзи) за плату (роялти) право на воспроизведение определённого вида бизнеса. Например, бизнес Coca-Cola, McDonalds, Columbia Sportswears Company.

На сегодняшний день предприятия сокращают свои масштабы все больше и больше, оставляя под своим крылом только ядро эффективных функциональных подразделений, которые позволяют быть более независимыми от поставщиков. Это приводит к децентрализованному управлению цепочкой создания стоимости и появлению облачных компаний

3d the International Conference on the Transformation of Education 2015

(виртуальных корпораций). Факторы рынка (потребители). В зависимости от субъектов рынка, обслуживаемых компанией выделяют следующие бизнесы: B2B, B2C, B2G и их комбинация B2C&B&G. Компания может обслуживать один сегмент рынка, или же несколько сегментов одновременно.

B2C (от англ. «business to consumer» - бизнес для потребителя) - это компании, работающие на конечного потребителя, т.е. осуществляют продажу ценностей (товаров и услуг), предназначенных для конечного использования. Бизнес B2C позволяет вести прямые продажи клиентам без посредников или с минимальным их количеством, что позволяет установить конкурентные цены и даже увеличивать их, путем исключения вознаграждения посредников, что, приведёт к росту прибыли.

B2B (от англ. «business to business» - бизнес для бизнеса) - это компании, которые работают на такие же компании. Например, обеспечение производственных фирм оборудованием или сопроводительными услугами и т.д.

B2G(от англ. «business to government» - бизнес для государства) - партнерство между бизнесом и государством. Примером B2Gбизнеса могут служить системы государственных заказов и электронных закупок [9].

B2C&B&G- это компании, которые предоставляют ценность как физическим и юридическим лицам, так и государственным органам.

В зависимости от способов продаж выделяют следующий бизнес:

Прямые продажи - «продажа товаров/услуг, осуществляемая от человека к человеку, вне стационарных точек розничной торговли. Продукты и услуги поставляются заказчиком независимыми продавцами в зависимости от компании эти продавцы могут называться дистрибьюторами, представителями, консультантами или иначе. Прямые продажи осуществляются главным образом с использованием домашних, групповых демонстраций и продаж один-на-один,

«непосредственно при личной презентации, демонстрации и продажи товаров и услуг потребителям, как правило, у них дома или на работе» [10]. Этот вид продаж также называют сетевым маркетингом (Oriflame, MaryKay, Amway).

Компания может осуществлять реализацию ценности посредством сети Интернет - электронная торговля, когда потребители могут выбрать ценность на сайте компании, и способ его доставки, а так же произвести он-лайн оплату за

3d the International Conference on the Transformation of Education 2015

нее. Бизнес компаний, занимающихся интернет торговлей, отличаются ключевыми ресурсами, бизнес-процессами, где будет возрастать роль информационных технологий и логистики.

Одним из ключевых ресурсов на сегодняшний день являются информационные технологии, которые способствовали не только возникновению Интернет-торговли, оптимизации бизнес процессов, но и появлению инновационного бизнеса компании Google, Dell, Microsoft, Amazon.com. Широкое распространение ИТ привело к появлению открытого бизнеса, которые вовлекают потребителей в процесс проектирования ценности. Например, с конца XX в. компании текстильной промышленности привлекают покупателей в процессы создания нового дизайна одежды и отбора лучших из них путем он-лайн голосования, что в свою очередь способствовало созданию более успешного бизнеса, изменению технологии создания линии одежды, и отрасли. Развитие ИТ создало возможность сотрудничества компаний, находящихся на расстоянии, совместного создания ими ценности.

Экономическая модель. Новый бизнес используют более сложные модели получения дохода, такие как «продвижение» (от англ. «promotion»), Freemium (от англ. «free» - бесплатный, «premium» - лучшего качества), бартер, безвозмездно. Например, ценность - газета может быть бесплатно отдана потребителю, а оплату ценности производят организации, разместившие рекламу в газете. Или же бесплатно предоставленная электронная почта. Продвижение - в этой модели, по низкой стоимости или бесплатно отдается один товар (мягкая игрушка, программное обеспечение или цифровая музыка), содействующая продвижению другого товара (услуги) - совсем другой марки, членство в сообществе или участие в рок-концерте. Например, в промо-модели McDonalds включены в меню еды для детей бесплатные игрушки. В Freemium модели, базовая версия предлагаемого товара/услуги распространяется для пользования бесплатно, в надежде убедить большое количество клиентов, приобрести в дальнейшем более продвинутую версию ценности (программное обеспечение для персональных компьютеров как антивирусные программы).

Бартер - модели, в которых товар предоставляется бесплатно для клиентов, которые предоставляют взамен нечто ценное для организации- спонсора. Например,

3d the International Conference on the Transformation of Education 2015

фармацевтические компании отдают лекарства бесплатно медицинским центрам и их специалистам для клинических испытаний, которые в свою очередь предоставляют их бесплатно для пациентов, согласившимся принять участие в проводимых исследованиях. Безвозмездная или подарочная модель, в которой ценность предоставляется бесплатно просто потому, что для тех, кто участвует в нем нравится общение или желание внести свой вклад в ценность. Например, электронная форма энциклопедии «Википедия» [11].

Более стабильными на рынке является бизнес, основанный на долгосрочных контрактах, нежели бизнес основанный на единичных сделках. Лизинг, аренда являются одним из первых и часто используемых на сегодняшний день форм долгосрочных контрактов среди механизмов получения дохода [12 с. 106]

Компании стараются увеличить и источники доходов. Помимо основного источника появляются дополнительные платформы, приносящие доход. Например, дополнительный поток доходов киностудии получают от «дополнительного» лицензирования прав на производство игрушек, футболок, и других товаров с торговым знаком, персонажами фильмов, а так же создания видеоигр и продажи саундтреков.

Если говорить о прибыли, одни компании работают с низкой рентабельностью продаж (продукты реализуются по низкой цене) и высокой оборачиваемостью (например, часы компании Swatch), другие

компании — с высокой рентабельностью продаж (дорогостоящие товары) и низкой оборачиваемостью (например, часы компании Rolex).

Выводы.

Таблица классификации типов бизнеса (таблица 3) имеет следующие преимущества:

- Является реальным инструментом менеджмента - используя ее менеджеры могут описать бизнес своей компании, которая в свою очередь наглядно представит все этапы деятельности от поставщиков ресурсов до доведения ценности потребителям; увидеть взаимосвязь между компонентами, выявить ключевые компоненты, а так же неэффективные, которые возможно стоит передать на аутсорсинг; уменьшить время на поиск информации, ускорить время принятия управленческого решения.

3d the International Conference on the Transformation of Education 2015

-Обеспечивает сравнительный анализ - с ее помощью менеджеры могут построить (приблизительно) бизнес основных конкурентов, и на ее основе провести сравнительный визуальный анализ компании, выявить преимущества и недостатки в технологии своей деятельности, построить стратегию дифференциации, создавать новые источники доходов;

-Является источником оригинальных идей - путем комбинирования различных вариантов сочетания компонентов бизнеса можно просмотреть всю совокупность альтернативных видов бизнеса и выбрать наилучшую из них, т.е. создать новый бизнес компании.

Таблица 3.

Классификация видов бизнеса

Компоненты Б		Типы бизнеса									
Вид	Товары		Услуги	Товары и услуги (многопрофильные)							
	Модификация	Стандартная ценность		Ценность с модификацией (с учетом индивидуальных запросов клиентов)	инновационная						
Права владения	Права на ценность		Временные права на ценность	Права на ценность в комплекте с ценностями других компаний							
	Ассортимент	Узкий		Средний	Широкий						
Источники дохода	Собственное производство		Передача ценности	Передача ценности с заработной платой							
	Основанная на единичных сделках		Лицензирование (предоставление «прямая и яркая»)	Основанная на долгосрочных договорах (подписка, членство)							
прибыль	бесплатно		По определенной цене								
	С высокой прибылью и низкой оборачиваемостью		С низкой рентабельностью продаж и высокой оборачиваемостью								
Модель затрат	Ориентированные на снижение затрат				Ориентированные на качество ценности						
	Материальные активы	Нематериальные активы		чуждые	финансовые, информация, ИТ-формационные технологии						
Цепочка создания стоимости	проектирование	планирование	НИОКР	организация	производство	обучение	бюджетирование	маркетинг	продажи	логистика	обслуживание
	Интегрированная бизнес			Гибридная бизнес	Аутсорсинг (лицензирование прав на производство ценности)		Франчайзинг				
Факторы рынка	Объемы рынка	Массовое производство		Серийное производство		Единичное производство					
	По тер-ту расположению	местный		региональный	национальный	международный					
	По способам продаж	Прямые продажи		Продажи через дистрибуторов		Интернет торговля					
	взаимосвязь	Автоматизированное самообслуживание		самообслуживание		Персональный подход	VIP		Совместное создание ценности		
	По субъектам поставщика	B2C		B2B		B2G		B2C&B&G			
Примечание-составлено автором											

Полезно предлагаемой нами таблицы классификаций типов бизнеса, не только в построении бизнеса компании, но и в том, что в поле зрения менеджера могут попасть варианты совершенствования существующего бизнеса или разработки нового бизнеса, которые ранее не рассматривались. Уникальные стратегические направления развития компании порой не совсем очевидны, и поиск успешной цели требует творческого подхода и дальновидности. Комбинируя различные варианты компонентов бизнеса можно получить самые неожиданные новые решения, а так же инновационный бизнес, которые могут быть реализованы в будущем.

Таким образом, основными компонентами бизнеса производственных компаний являются: предлагаемая фирмой ценность, цепочка создания ценности, факторы внутренних возможностей, факторы рынка в лице потребителей и

3d the International Conference on the Transformation of Education 2015

поставщиков, и взаимосвязь с ними, а так же экономическая модель.

Выявленные характеристики пяти компонентов бизнеса пригодны для классификации, определения типа и анализа бизнеса компании, а так же как источник новых идей.

Если ранее в качестве традиционных классификационных признаков предприятия применялись такие параметры как размер, количество предприятия и их доля в отрасли, поведение на основе цен, то на сегодняшний день классификация предприятий может быть построена на основе их бизнеса (основанных на новых идеях, опыте ведения бизнеса, механизмах соединения компонентов), которая расширяет границы стратегического поведения предприятия. Так, путем комбинации основных компонентов бизнеса, как классификационного признака, и различных их свойств нами была разработана таблица классификация типов бизнеса, на основе которой можно выделить 4500 типов бизнеса.

Таблица классификации типов бизнеса может быть использована в качестве инструмента менеджмента для построения и анализа действующего бизнеса, разработки и экспериментирования нового (будущего) бизнеса. Она выполняет две задачи: первое - отражает действующий бизнес, второе - показывает альтернативы действующего бизнеса, тем самым способствует построению будущего бизнеса.

References

- [1]. Osterwalder A. Construction of Business: Handbook strategist and innovator / lane. from English. - M.: Alpina Publisher, 2011. - 288 p.
- [2]. Do Some Business Models Perform Better than Others? A Study of the 1000 Largest US Finns - Sloan School of Management Massachusetts Institute of Technology, May, 2004. - 40 p.
- [3]. Soolyagte AY Business model: definition, evolution, classification // <http://www.finexpert-training.ru/index.php?ID=152&articleID=358> / (last access to the resource 05.06.14g.).
- [4]. Chesbrough H. Business Model Innovation: Opportunities and Barriers // Long Range Planning. - 2010. - № 43. - P.354-363.
- [5]. Zwicky, F., Wilson, A. New methods of thought and procedure: Contributions to the symposium on methodologies. - Springer, Berlin, 1967. - 338 p.

3d the International Conference on the Transformation of Education 2015

- [6]. Porter M., E. Competition / lane. from English. - M .: Publishing House "Williams", 2006. - 608 p.
- [7]. Roots OV Outsourcing business as a tool for competitiveness of the modern enterprise structure in the Russian economy: Author...: 08.00.05 - Moscow, 2013. -23.
- [8]. Teece David J. Business Models, Business Strategy and Innovation 11 Long Range Planning. -2010. -№ 43. - P.172-194.
- [9]. Chaffey D. E-business and e-commerce management: strategy, implementation, and practice / 4th ed- Financial Times Prentice Hall, 2009. - 798 p.
- [10]. Денисов Д. Многоуровневый Даг. Разговор с главой Amway// Бизнес журнал.-2010.-№ 10.-С.29-35.
- [11]. Rita Gunther McGrath. Business Models: A Discovery Driven Approach // Long Range Planning-2010. - № 43 - P.247-261.
- [12]. Strekalova N.D. Business planning: a tutorial. - SPb .: Peter, 2013.-352s.