

Секция «Актуальные технологии маркетинга, управления и развития бизнеса в условиях цифровизации экономики»

АКТУАЛЬНЫЕ БИЗНЕС МОДЕЛИ ДЛЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

О.Ю. Кондратович

Научный руководитель Ю.И. Ряжева
Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королева

В данной работе были изучены понятия среднего и малого бизнеса, существующие модели малого и среднего бизнеса, рекомендации по работе малого и среднего бизнеса в рамках предложенных актуальных моделей деятельности.

Целью работы является формулировка актуального перечня бизнес-моделей развития малого и среднего бизнеса.

Задачи представлены в следующих тезисах:

- Изучение понятий малого и среднего бизнеса с точки зрения терминологии;
- Изучить понятие бизнес-модель малого и среднего бизнеса;
- Изучить существующие бизнес-модели малого и среднего бизнеса;
- Сформировать перечень актуальных бизнес-моделей малого и среднего бизнеса;
- Сформировать рекомендации по работе малого и среднего бизнеса перед применением актуальной модели деятельности.

Основополагающими для данной работы являются эмпирический и теоретический методы, которые включают в себя: изучение разнообразных источников информации, анализ полученных сведений, синтез информации.

Существует множество моделей для развития малого бизнеса, но наиболее распространенными являются следующие:

1. Модель "Старт-ап". Эта модель предполагает, что компания начинает свою деятельность с минимальных средств и постепенно развивается, пока не достигнет запланированной цели;

2. Модель "Франчайзинг". Модель подразумевает, что предприниматель продаёт права на использование своего бренда, знаний и опыта другому бизнесмену, который запускает франшизу;

3. Модель "Аутсорсинг". Модель предполагает, что компания делегирует определенные задачи другим компаниям или фрилансерам, чтобы сэкономить время и ресурсы на их выполнение[1]

Бизнес-модель среднего бизнеса определяет, как компания будет зарабатывать деньги, какие продукты или услуги будет продавать:

1. Модель "вверх по лестнице". Она состоит в том, чтобы начать с маленького бизнеса и постепенно увеличивать масштабы до среднего бизнеса.

2. Модель "активного расширения". Предполагает активное расширение существующего бизнеса за счет привлечения новых клиентов и предоставления новых услуг.

3. Модель "разнообразия бизнеса". Строится на расширении бизнеса за счет добавления новых направлений и разнообразия товаров и услуг [2]

Актуальными моделями для развития малого бизнеса на 2023 год, исходя из потребностей социума на данный момент времени являются:

1. Цифровая трансформация - использование новых технологий и онлайн платформ для оптимизации процессов и привлечения клиентов.

2. Устойчивое бизнес-моделирование - ориентация на экологическую и социальную ответственность.

Актуальными моделями развития среднего бизнеса на 2023 год, исходя из потребностей социума на данный момент времени являются:

1. Франчайзинг – это бизнес-модель, которая позволяет среднему бизнесу быстро расширять свою деятельность путем передачи лицензии на использование бренда и технологий другому предпринимателю за определенную плату.

2. Круговая экономика – это модель, в которой отходы одного производства становятся сырьем для другого.

Исходя из рассмотренных моделей развития бизнеса выделены следующие рекомендации по подготовке перед применением той или иной модели в рамках развития малого бизнеса:

1. Рассмотреть возможность создания бизнес-плана, который включает в себя долгосрочные цели, план действий и бюджет.

2. Инвестировать в обучение и развитие команды, чтобы улучшить качество обслуживания клиентов и увеличить продажи [3]

Рекомендации для развития среднего бизнеса в условиях применения актуальной модели:

1. Развивать коммуникационные и компетентности управления персоналом.

2. Сокращать издержки, договариваться о лучших условиях поставок с поставщиками и решать вопросы схожи в ряде.

Выводы могут быть полезны для специалистов в области изучаемой проблемы. Последующие исследования могут базироваться на полученных результатах, чтобы продолжить изучение данной темы в широком контексте.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что для развития малого и среднего бизнеса существует множество актуальных бизнес-моделей. Однако, выбор той или иной модели должен быть обоснован исходя из текущих трендов рынка и потребностей целевой аудитории.

Список использованных источников

1. Гапоненко А. Л., Савельева М. В. Теория управления: учебник. М.: Юрайт, 2015 – 342 с.

2. Кузнецов Б.Т. Стратегический менеджмент: учебное пособие. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.- 624 с.

3. Шашкова И.Г. Методы управления на предприятиях АПК в рыночных условиях: автореферат диссертации. М: Elibrary. Ru, 2004 - 25 с.

ПРИМЕНЕНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В СТИМУЛИРОВАНИИ ПРОДАЖ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

А.Н. Кузнецов

Научный руководитель Т.Б. Заводчикова
Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королева

Современная цифровая экономика играет решающую роль в развитии и оптимизации бизнеса. Благодаря быстрому развитию информационных технологий и доступу к ресурсам и сервисам появились новые подходы в сфере маркетинга и продаж. Одним из наиболее значимых инновационных инструментов является искусственный