

МОДИФИКАЦИЯ БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ ОРГАНИЗАЦИЙ, ПРЕДОСТАВЛЯЮЩИХ УСЛУГИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ОТДЫХА ДЕТЕЙ

© 2016

Чигвинцев Юрий Михайлович, магистрант кафедры экономики и менеджмента
Владивостокский государственный университет экономики и сервиса (690014, Россия, Владивосток,
Гоголя, 41, e-mail: yuriy.chigvintsev@vvsu.ru)

Масюк Наталья Николаевна, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры
экономики и менеджмента
Владивостокский государственный университет экономики и сервиса 690014, Россия, Владивосток,
Гоголя, 41, e-mail: masyukn@gmail.com)

Филичева Татьяна Петровна, кандидат географических наук, доцент, доцент кафедры
экономики и менеджмента
Владивостокский государственный университет экономики и сервиса (690014, Россия, Владивосток,
Гоголя, 41, e-mail: Tatyana.Filicheva@vvsu.ru)

Аннотация. Новые стандарты ставят перед детскими образовательными учреждениями широкий спектр задач. Одна из них – это создание благоприятных условий для эффективного формирования у учащихся ключевой компетенции – умению учиться на протяжении всей жизни. В связи с этим возрастает роль и значение системы дополнительного образования детей, где образовательный процесс обеспечивается средствами самых разнообразных видов творческой деятельности. В настоящее время наблюдается развитие проблем, связанных с воспитанием, обучением и развитием подрастающих поколений. В статье рассмотрена проблема организации системы дополнительного образования детей Российской Федерации, которая в настоящее время представляет собой одну из самых важных составляющих образовательного пространства, сложившегося в современном российском обществе. Основной целью данной статьи является построение базовой бизнес-модели деятельности Всероссийских Центров образовательного отдыха детей. Предложен вариант модификации бизнес-модели в контексте продвижения услуг Всероссийских Центров в отдаленные от их территорий регионы. По мнению авторов, реформирование системы общего образования невозможно без использования потенциала дополнительного образования детей. Это самая интегративная составляющая образовательного пространства, обладающая потенциалом преемственности, непрерывности и межведомственного взаимодействия. Именно поэтому так важна конфигурация бизнес-моделей организаций, занимающихся организацией образовательного отдыха детей, а также их содержательная составляющая. Возникают проблемы модификации большинства элементов бизнес-модели. При этом проблемы имеют технический, технологический, финансово-экономический характер, а также эти проблемы связаны необходимостью поиска новых путей и средств организации диалога разных поколений, передачи накопленного культурно-исторического опыта, всестороннего совершенствования и развития человеческого потенциала. В работе показано, какие именно элементы бизнес-модели подвержены наибольшему изменению, и в каком направлении происходит модификация бизнес-моделей Всероссийских Центров образовательного отдыха детей по сравнению с базовой моделью Остервальдера-Пинье.

Ключевые слова: бизнес-модель, образовательный отдых детей, Всероссийские детские Центры, дополнительное образование детей, ключевые партнеры, ключевые ресурсы, технологии клиентских отношений, каналы продвижения, ключевые виды деятельности, ценностное предложение.

MODIFICATION BUSINESS - MODELS OF SERVICE PROVIDERS FOR EDUCATIONAL LEISURE CHILDREN

© 2016

Chigvintsev Yuri Mikhailovich, master student of the Department of Economics and Management
Vladivostok State University of Economics and Service (690014, Russia, Vladivostok, Gogol str., 41,
e-mail: yuriy.chigvintsev@vvsu.ru)

Masyuk Natalya Nikolaevna, Doctor of Economical Science, Professor, Professor of the Department
of Economics and Management
Vladivostok State University of Economics and Service (690014, Russia, Vladivostok, Gogol str., 41,
e-mail: masyukn@gmail.com)

Filicheva Tatyana Petrovna, Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the
Department of Economics and Management
Vladivostok State University of Economics and Service (690014, Russia, Vladivostok, Gogol str., 41,
e-mail: Tatyana.Filicheva@vvsu.ru)

Abstract. New standards set for children's educational institutions a wide range of tasks. One of them - is the creation of favorable conditions for the effective formation of students' core competence - the ability to learn throughout life. In this regard, the role and importance of additional education of children are increasing constantly, where the educational process is provided by means of a variety of kinds of creative activity. Currently, the most important is the development of issues related to education, training and the development of the younger generations. The article

considers the problem of the organization of system of an additional education of children in the Russian Federation, which currently represents one of the most important components of educational space, the existing in modern Russian society. The main purpose of this article is to build a basic business model of activity of All-Russian Center for Educational holidays for children. The modification of the business model was offered in the context of the promotion of Russian Centers' services to the regions are located far from their territories. According to the authors, the reform of the educational system is impossible without the use of the potential of an additional education of children. This is an integrative component of the educational space, with the potential of continuity and interagency cooperation. That is why it is so important configuration of the business models of organizations involved in the organization of educational leisure activities for children, as well as their substantial component, having modifications of most elements of the business model. These problems have technical, technological, financial and economic nature, and they need to find new ways and means of inter-generational dialogue, transfer of accumulated cultural and historical experience, all-round improvement and human development. The paper shows which elements of the business model are the subject to the greatest changes, and in what direction the business models have to be modified in All-Russian Centers for educational holidays for children compared with the base model by Osterwalder- Pigneur.

Keywords: business model, educational holidays for children, Russian Children's Center, an additional children's education, key partners, key resources, technology of the customer relations, promotion channels, key activities, the value proposition.

Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными и практическими задачами. В условиях глобальных изменений внешней среды учреждениям, оказывающим дополнительные образовательные услуги для детей в период их отдыха, необходимо постоянно контролировать ситуацию на рынке и вносить соответствующие изменения в стратегию, определяемую бизнес-моделью [1]. Это позволяет, с одной стороны, отслеживать действия конкурентов, с другой – поддерживать собственную конкурентоспособность, модифицируя бизнес-модель.

Анализ последних исследований и публикаций, в которых рассматривались аспекты этой проблемы и на которых обосновывается автор; выделение неразрешенных ранее частей общей проблемы.

В современных условиях развития рынка для большего обеспечения успеха деятельности продвижение услуг значительным образом смещается в область стратегических решений. Именно поэтому вопросы, связанные с выбором наиболее верной бизнес-модели и ее эффективной реализацией уже сейчас являются основополагающими. Причем, это касается как вопросов выбора бизнес-модели, так и технологии ее практического использования [2, с.529].

Обзор соответствующей зарубежной литературы по бизнес-моделям позволяет констатировать наличие двух подходов к содержанию этого понятия. Одна группа зарубежных исследователей, таких как Гальпер (Galper) [3], Гебауэр и Гинсбург (Gebauer, Ginsburg) [4], очень просто определяет бизнес-модель как способ ведения бизнеса. Другие, например, Гордин [5] и Остервальдер [6], большее внимание уделяют различным аспектам бизнес-модели, предлагая при этом строить мета-модели, направленные на описание сложных объектов и отношений между ними. На наш взгляд, точка зрения последних более комплексно отражает содержание концепции бизнес-модели, поскольку содержит концептуальный вид конкретных аспектов конкретной компании.

Некоторые акцентируют внимание на взаимосвязи ключевых подсистем в бизнес-модели, оставляя за рамками ее взаимодействие с внешней средой [7]. Другие авторы рассматривают бизнес-модель как инструкцию о том, как фирма будет делать деньги и получать устойчивую прибыль долгое время [8]. Ряд исследователей рассматривает бизнес-модель как некую архитектуру для производства товаров и услуг, в которую должны быть включены все участники бизнеса, связанные потоками информации [9]. При этом, по мнению Стеварта, цель деятельности компании должна стать одной из основных компонент бизнес-модели [10].

Формирование целей статьи (постановка задания). Основной целью данной статьи является описание методики построения базовой бизнес-модели деятельности Всероссийских Центров образовательного отдыха детей, а также последующая ее модификация в контексте продвижения услуг Всероссийских Центров в отдаленные от их территорий регионы.

Изложение основного материала исследования с полным обоснованием полученных научных результатов. Ведущую роль в организации летнего отдыха детей в России и в развитии детского дополнительного образования играют три главных Всероссийских детских Центра: «Океан», «Орленок» и «Артек».

Каждый из этих Центров является многопрофильным, но каждый из них специализируется на одном или нескольких направлениях. «Артек» развивается в научно-техническом творчестве для детей и молодежи, «Орленок» - на патриотической и художественно-эстетической составляющей, «Океан» - на поддержке талантливой молодежи в области научных исследований, в т.ч. в морском направлении. Кроме того, каждый из них является методическим центром в своей специализации.

Эти три крупнейших Центра играют важную роль как центры дополнительного образования и организации образовательного отдыха детей [11, с.7]. Все эти детские Центры являются схожими в специфике оказываемых услуг, но каждый имеет своё государственное задание. У каждого Центра утверждены требования к составу, объему и качеству деятельности учреждения, компетентности преподавателей и уровню предоставляемых услуг [12,13]. Порядок финансирования работы учреждения зависит от статуса государственного учреждения.

В таблице 1 показано выполнение государственного задания Центрами в 2015 году.

Таблица 1 – Выполнение государственного задания Центрами в 2015 году, чел.

Услуга	Наименование Центра		
	«Орленок»	«Океан»	«Артек»
Дошкольное образование	164	54	0
Основное общее образование	5445	2034	4783
Среднее общее образование	560	2057	2389
Дополнительное образование	16000	9314	10500
Содержание детей	16000	9314	10500

Образовательный отдых рассматривается как сфера, в которой ребенок, получив определенные знания и умения в течение учебного года, может еще попробовать себя совсем в другой обстановке. Все больше внимания, наряду с оздоровлением, уделяется развитию ребенка.

В связи с изменением механизма функционирования бюджетных учреждений каждый Центр стремится доказать свою самостоятельность и развивает внебюджетную деятельность для возможности стимулирования работников, улучшения материально-технической составляющей и укрепления своих позиций на рынке. Все эти направления должны быть учтены в стратегии развития, основу которой составляет бизнес-модель.

Эффективная бизнес-модель выражается в рациональном использовании ресурсов компании с целью повышения ее воспринимаемой ценности, и на основании этого формирует предпочтения клиентов, обеспечивающих долговременную прибыльность функционирования. Формирование модели происходит из потребностей потребителей. Этот не особо сложный принцип, к сожалению, не так просто реализовать на практике, потому как присутствует существенное количество дополнительных условий, которые оказывают влияние на результат деятельности компании. Для того чтобы понять, почему это происходит, рассмотрим базовую бизнес-модель Центра, а потом дополним ее проблематикой процесса продвижения услуг образовательного отдыха в отдаленные регионы. В качестве базовой модели нами был использован шаблон бизнес-модели, предложенный Александром Остервальдером и Ивом Пинье, показанный на рис. 1 [14].



Рисунок 1 – Шаблон бизнес-модели Остервальдера-Пинье

Несмотря на то, что в мире существует множество шаблонов бизнес-моделей, подробно описанных в работах [15,16], шаблон Остервальдера-Пинье содержит основные элементы, присущие всем остальным бизнес-моделям [17,18,19] и поэтому именно он может быть принят в качестве базовой конфигурации бизнес-модели.

Содержание основных блоков (элементов) базовой бизнес-модели детского Центра применительно к ВДЦ «Океан» показано на рис.2.

Покажем процедуру модификации бизнес-модели ВДЦ «Океан» в соответствии с его основной стратегической целью в данный момент, а именно – продвижение своих услуг в отдаленные от его территории регионы [20].

Ключевые партнеры: Комитеты по молодежной политике регионов, ВУЗы, детские центры, организации образовательного отдыха детей	Ключевые виды деятельности: Оказание услуг образовательного отдыха детей, образовательные услуги	Ценностное предложение: образовательный отдых детей, образовательные услуги	Технологии клиентских отношений: персональные, автоматизированные, самообслуживание	Целевые группы потребителей: группы клиентов, частные лица
	Ключевые ресурсы: материальные, интеллектуальные, людские, финансовые		Каналы продвижения: Государственный заказ Министрства образования, Интернет-ресурс, партнеры	
Структура издержек: затраты на ресурсы, персонал, осуществляемую деятельность, каналы сбыта			Потоки доходов: бюджетные и внебюджетные средства	

Рисунок 2 - Базовая бизнес-модель ФГБОУ ВДЦ «Океан»

Для модификации модели необходимо дополнить девять выявленных структурных блоков проблематикой процесса продвижения услуг образовательного отдыха (рис.3). Это позволит получить ответ на вопрос, на каких сторонах деятельности Центр должен сосредоточить свое внимание, в какую сторону направить вектор изменений.

Ключевые партнеры: Комитеты по молодежной политике регионов, ВУЗы, детские центры, организации образовательного отдыха детей, координационные центры в отдаленных регионах	Ключевые виды деятельности: Оказание услуг образовательного отдыха детей, образовательные услуги	Ценностное предложение: образовательный отдых детей, образовательные услуги, новые образовательные программы	Технологии клиентских отношений: персональные, автоматизированные, самообслуживание	Целевые группы потребителей: группы клиентов, частные лица, посредники, дети с ограниченными возможностями здоровья и др.
	Ключевые ресурсы: материальные, интеллектуальные, людские, финансовые		Каналы продвижения: Государственный заказ Министерства образования, Интернет-ресурс, партнеры, всероссийские конкурсы, рекламные кампании, координационные центры, информационный интернет-портал	
Структура издержек: затраты на ресурсы, персонал, осуществляемую деятельность, каналы сбыта			Потоки доходов: бюджетные и внебюджетные средства	

Рисунок 3 – Бизнес-модель Центра в контексте продвижения услуг образовательного отдыха детей в отдаленные регионы (модифицированная)

В рамках ведения конкурентной борьбы по продвижению услуг образовательного отдыха детей в Центрах в пределах одной страны базовая бизнес-модель с целью ее модификации дополняется следующими особенностями:

- изменятся ключевые партнеры – появится сеть координационных центров в отдаленных регионах;
- изменятся каналы продвижения - будут проводиться всероссийские конкурсы, ведение деятельности по продвижению через координационные центры и рекламные кампании в них в отдаленных регионах, информационный Интернет-портал;
- в потребительском сегменте появятся посредники;

— в ценностных предложениях появятся новые образовательные программы, связанные, в основном, с использованием преимущественных территориальных природных ресурсов.

Курсивом выделены дополнительные позиции в отдельных модулях, которые и составляют основу модификации.

Рассмотрев модифицированную бизнес-модель компании в условиях продвижения услуг образовательного отдыха детей, можно сделать следующий вывод: в силу своей простоты и ограниченности некоторых параметров первая модель является недостаточно эффективной. Однако, чтобы создать организацию модифицированного типа, требуются значительные усилия, капиталовложения, знание уровня конкурентоспособности остальных международных и Всероссийских детских центров, организаций, оказывающих услуги образовательного отдыха детей и множество других факторов.

Выводы исследования и перспективы дальнейших изысканий данного направления.

1. Бизнес-модель представляет собой описательную конструкцию, позволяющую определить структуру, элементы и взаимоотношения, в которые вступает организация на разных этапах своей деятельности, при этом в каждый конкретный момент времени допускается существование нескольких бизнес-моделей, либо при смене деятельности существующая модель может быть модифицирована.

2. Модификация бизнес-модели Всероссийского Центра организации образовательного отдыха детей в контексте продвижения его услуг в отдаленные от его территории регионы предполагает внесение изменений в некоторые элементы (блоки), а именно:

- а) в блок «Ключевые партнеры» добавляются координационные центры в отдаленных регионах;
- б) блок «Ценностное предложение» пополняется новыми образовательными программами;
- в) в блок «Каналы продвижения» включаются всероссийские конкурсы, рекламные кампании, координационные центры, информационный интернет-портал;
- г) в блок «Целевые группы потребителей» добавляются посредники, дети с ограниченными возможностями здоровья и др.

3. В рамках изменения ключевых партнеров и каналов продвижения услуг образовательного отдыха, для организации непрерывного процесса работы с детьми, в субъектах Российской Федерации будет создана сеть координационных центров «Мой Океан», что обеспечит эффективный трансфер в эти регионы лучших в России образовательных, научных и инновационных практик по работе с детьми со стороны ФГБОУ ВДЦ «Океан».

4. Дальнейшие исследования в данной области будут проводиться в направлении более глубокой детализации модифицированной бизнес-модели и построения «дорожной карты» развития Всероссийских Центров образовательного отдыха детей с целью продвижения их услуг в отдаленные от них регионы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Загоруйко М.В., Масюк Н.Н., Перфильева О.В. Стратегия выбора бизнес-модели организации и методика оценки степени интернационализации компании // Научное обозрение. 2015. №15. С. 419-423.
2. 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. N 11(3). P. 529-555.
3. Galper J. (2001). "Three Business Models for the Stock Exchange Industry." *Journal of Investing* 10(1): 70-78.
4. Gebauer J. and M. Ginsburg (2003). "The US Wine Industry and the Internet: An Analysis of Success factors for Online Business models." *Electronic Markets* 13(1): 59-66.
5. Gordijn J. (2002). Value-based Requirements Engineering - Exploring IN.N.ovative e-Commerce Ideas. Doctoral Dissertation. Amsterdam, NL, Vrije Universiteit.
6. Osterwalder A. (2004). The Business Model Ontology - a Proposition in a Design Science Approach. Dissertation, University of Lausanne, Switzerland: 173.
7. Mayo M., Brown G. Building a competitive business model // *Ivey Business Journal* 1999. N 63 (3). P. 18-23.
8. Morris M., Schindehutte M., Allen J. The entrepreneur's business model: toward a unified perspective // *Journal of Business Research* 2005. N 58 (6). P. 726-735.
9. Timmers P. Business models for electronic markets. *Electronic Commerce in Europe* 1998. N 8 (April). P. 1-6
10. Stewart D., Zhao Q. Internet marketing, business models, and public policy. *Journal of Public Policy and Marketing* 2000. N 19(2). P. 287-296.
11. Антопольская Т.А. Организационная культура учреждения дополнительного образования детей : понимание, структурирование, развитие // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Педагогика. 2009. № 4. С. 7–11.
12. Афанасьева Т.П., Елисеева И.А. Управленческая компетентность руководителей школ в регионе: оценка и совершенствование. - М., 2001.
13. Вопросы внутришкольного управления / Под ред. Н.С. Сунцова. М., 1982. 172 с.
14. Остервальдер А., Пинье И. Построение бизнес-моделей. Настольная книга стратега и новатора. Пер. с англ. М. Кульневой. М.: Альпина Паблишер, 2011. 288 с.
15. Масюк Н.Н., Петрищев П.В. Международные образовательные альянсы в глобальной экономике. Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2015. 140с.
16. Масюк Н.Н., Петрищев П.В., Бушуева М.А. Типология бизнес-моделей университета в контексте его международной альянсоспособности // Научное обозрение. 2015. №24. С. 330-337.

17. Adam M. Brandenburger and Barry J. Nalebuff Co-opetition - New York: Doubleday. 1996. 290 p.
18. Fielit E., Janssen W., Faber E., Wagenaar R. (2004): Confronting the design and acceptance of electronic intermediaries: a case study in the ma. In: Janssen, Marijn, Sol, Henk G., Wagenaar, René W.
19. URL: <http://bizmodelgu.ru/tag/andreas-zolnovski/> (дата обращения 17.10.2015).
20. Программа развития федерального государственного бюджетного образовательного учреждения «Всероссийский детский центр «Океан» на 2014 - 2020 гг.