

Tinkamas verslo metamodelis – esminė sėkmės prielaida

2009-10-01

Dauguma šiandieninių vartotojų – individualistai, tuos pačius poreikius tenkinantys be galo skirtingai. Norint pasiekti skirtingas vartotojų grupes-segmentus, reikalingas išskirtinis ryšys. Individualios asmenybės ar grupės ieško į save, panašių. Ta pati logika pritaikoma ir versle – santykis su klientu turi būti išskirtinis, individualus. Tokių verslo bruožų sukūrimo prielaidos glūdi tinkamame verslo principų parinkime ir suderinime.

Verslas kaip ir kiekviena sistema turi veikimo principus, apimančius:

1. tikslus,
2. strategijas tikslams pasiekti,
3. gamybos bazę – resursus, kuriais disponuoja įgyvendindamas strategijas, tikslams pasiekti.

Verslo veikimo principus galima įvardinti kaip verslo ekonominį metamodelį, kuris apjungia: marketingą - strategijas; vadybą - tikslus, struktūras ir personalą bei finansus – veiklos aprūpinimą lėšomis. Priešdėlis „meta-“, išvertus - virš, reiškia, jog šis tikslų, strategijos ir gamybinės bazės derinys apsprendžia, įtakoja detalaus verslo modelio įgyvendinimą.

Tiksmai yra esminis dalykas, nulemiantis tolimesnę verslo struktūrą, modelį. Verslo tikslus galima suskirstyti į dvi pagrindines grupes:

1. savininkų, tai - finansiniai (finansinės naudos didinimas) ir/arba visuomeniniai (reputacija, įvaizdis) tikslai. Šios dvi tikslų grupės yra dominuojančios ir įtakoja verslo, darbuotojų ir kt. tikslus.
2. verslo, tai – pelno, piniginio srauto arba žinių didinimo tikslai.

Atsižvelgiant į savininkų tikslų pobūdį, verslo tikslai gali būti trumpalaikiai – pelno didinimas, ilgalaikiai orientuoti į piniginio srauto didinimą ir palaikymą arba ilgalaikiai orientuoti į žinių didinimą (know-how). Atitinkamai ir strategijos šiems tikslams pasiekti yra skirtingos. Trumpalaikių tikslų įgyvendinimui užtenka kainų konkurencijos strategijos (greitai ir pigiai pirk, greitai ir brangiai parduok arba šiandien investuok, kad ateityje iš kainų kilimo „uždirbtum“ pelną). Ilgalaikių tikslų realizavimui reikalingos sudėtingesnės, reikalaujančios kompetencijų ir įgūdžių strategijos, tai – savęs išskyrimas – diferenciacija, sinergių atradimas, sukūrimas, diversifikacija. Ilgalaikių tikslų orientuotų į žinių didinimą strategija – inovacijos, kurios yra ne kas kita kaip sukauptų žinių materializavimas ir realizavimas.

Pasirinktiems tikslams ir strategijoms realizuoti, reikalingos skirtingos gamybinės bazės:

1. Trumpalaikių tikslų – pelno didinimo, paremto kainų konkurencijos strategija, gamybinė bazė yra siaura: įgyjamos paslaugos ir gamybiniai resursai (įrengimai, žaliavos, personalas). Šis verslo metamodelis yra trumpalaikis, neretai - nesėkmingas. Šis verslo metamodelis vadinamas *resursiniu*, nes jis paremtas tik turimų resursų eksploatavimu, tiesioginiu jų „išspaudimu“.
2. Ilgalaikių tikslų - piniginio srauto didinimo, paremto savęs diferenciacija, realizavimui reikalinga platesnė gamybinė bazė. Ji apima ne tik paslaugas ir gamybinius resursus, bet ir individualią infrastruktūrą (išorinius ir vidinius ryšius, struktūras, logistiką). Šis verslo metamodelis, orientuotas į ilgalaikius tikslus ir strategijas, tinkamai diferencijuotas dažniausiai būna sėkmingas, tačiau reikalauja atitinkamų verslo kompetencijų. Tai – *diferencinis/investicinis* verslo metamodelis, paremtas reinvesticijomis/investicijomis į diferenciaciją, diversifikaciją.
3. Ilgalaikių tikslų, orientuotų į žinių didinimą, paremtų inovacijų strategija, realizavimui, reikalinga dar platesnė - globali infrastruktūra. Žinių didinimui ir inovacijų kūrimui neužtenka vien regioninės infrastruktūros, reikalingas pasaulinis – globalus žinojimas: kas, kur ir kaip kuriama, daroma. Tai *inovacinis* verslo metamodelis, reikalaujantis ne tik atitinkamų verslo, bet ir ypatingų technologinių ir mokslinių kompetencijų bei investicijų/reinvesticijų.

Bazinio modelio taikymas nedraudžia naudoti kitų modelių „instrumentus“	RESURSŲ MODELIS	INVESTICINIS MODELIS	INOVACINIS MODELIS
BAZINIAI TIKSLAI	Pelno max	Piniginio srauto max, Įmonės Vertės max.	Žinių max
BAZINĖS STRATEGIJOS (Verslo strategija yra pasirinkto metamodelio pasekmė)	Kainų konkurencija	Diferenciacija, diversifikacija	Inovacijos
GAMYBOS BAZĖS	Prekės ir produktai, gamybiniai resursai	Prekės ir produktai, gamybiniai resursai, paslaugos, technologijos, individuali infrastruktūra	Prekės ir produktai, gamybiniai resursai, paslaugos, technologijos, globali infrastruktūra, ŽINIOS
Versle vienu metu gali veikti tik VIENAS METAMODELIS			

Formuojant, kuriant verslo metamodelį būtina atsižvelgti į resursų ir klientų ekonomines aplinkas, kurios būna deficitinės arba perteklinės ir įtakoja kainodaros sudarymo politiką ir metodus (vieną iš dvejų: kainos, savikainos ir pelno

valdymo būdų). Taip pat ypatingai svarbu įvertinti derinio kompanija-produktas/paslauga-rinka bazinius parametrus: kompanijos tipas, produkto lygis ir rinkos stadija. Ne visos šio derinio kombinacijos yra sėkmingos, praktika liudija, jog iš 60 galimų derinių, tik apie 15 galimai sėkmingi.

Verslas - kaip lego ar dėlionė (puzzle), skirtumas tame, kad jį reikia žaisti nuolatos, parenkant suderintas – sėkmingas kombinacijas. Ekonominio pakilimo sąlygomis, verslas yra euforijoje, kuri veikia kaip nuskausminamieji – nejauti, kad tavo sąnariai išnarinti. Visai kitokie pojūčiai, kai nuskausminamųjų poveikis praėina – verslas kaip organizmas pradeda jausti realybę – maudžia, skauda, spaudžia; struktūra stringa, pardavimai krenta, pelnas mažėja. Sėkmės.

Skirmantas Maulevičius

Investicijos, finansai, konsultacijos

Partneris

www.ifcon.lt

Antanas Sysas

Verslo konsultantas

Publikuota:

<http://www.verslobanga.lt/lt/patark.full/4ac502df246fd>

<http://www.verslosavaite.lt/index.php/Verslo-konsultacijos/Verslo-konsultacija.-Tinkamas-verslo-metamodelis-esmine-sekmes-prielaida.html>