

Helēna Skadiņa, Rosita Zvirgzdiņa

PĀRROBEŽU BIZNESA MODEĻA VADĪBA



Helēna Skadiņa, Rosita Zvirgzdiņa

PĀRROBEŽU BIZNESA MODEĻA VADĪBA

Monogrāfija



UDK 658
Sk060

Helēna Skadiņa, Rosita Zvirgzdiņa
PĀRROBEŽU BIZNESA MODEĻA VADĪBA
Sērija "Uzņēmējdarbības bibliotēka" Nr. 77

Monogrāfiju izdošanai rekomendējusi Biznesa augstskolas *Turība* Zinātnes padome
(protokols Nr. 14/2023, 21.11.2023.).

Recenzenti

Ph.D. Jana Majerová, doc. JUDr. Ing. AMBIS University Department
of Economics and Management, Czech Republic

Dr.oec. Iveta Linīņa, Biznesa augstskola *Turība*, Latvija

ISBN 978-9934-543-45-6

© SIA "Biznesa augstskola *Turība*", 2024, 119 lpp.

© Skadiņa H., 2024

© Zvirgzdiņa R., 2024

Izdevējs "Biznesa augstskola *Turība*"

E-pasts: izdevnieciba@turiba.lv

Iespiests SIA "Drukātava"

SATURS

Ievads.....	4
1. BIZNESA MODEĻA JĒDZIENS.....	6
2. BIZNESA MODEĻA VIDE.....	22
3. BIZNESA MODEĻA ILGTSPĒJA.....	28
4. STRATĒGIJA UN BIZNESA MODELIS.....	33
5. BIZNESA MODEĻA DIGITĀLĀ TRANSFORMĒŠANA.....	41
6. BIZNESA MODEĻA INTERNACIONALIZĒŠANA.....	47
7. BIZNESA MODEĻA IZSTRĀDES PROCESS.....	56
8. BIZNESA MODEĻU TIPOLOĢIJAS	62
9. PĀRROBEŽU BIZNESA VADĪBAS MODELIS FINANŠU TEHNOLOĢIJU UZŅĒMUMIEM.....	71
SUMMARY.....	92
IZMANTOTĀS LITERATŪRAS UN AVOTU SARAKSTS.....	96

IEVADS

Globālā ekonomika veicina digitālās inovācijas, pārveidojot veselas sistēmas un padarot tās savienojamas, inteligētākas un efektīvākas visās nozarēs. Tās ietekmē uzņēmumi ir pakļauti daudzām pārmaiņām, jo paātrinās procesi, izzūd tradicionālo tirgu robežas, pieaug pakalpojumu daudzveidība, pārveidojas eksistējošās uzņēmējdarbības jomas un biznesa modeļi. Uzņēmumi zaudē unikālas tirgus konkurences priekšrocības, kuru saglabāšanu ir iespējams nodrošināt ar uzņēmuma darbību pārrobežu tirgos. Šīs pārmaiņas uzņēmumiem liek attīstīt jaunas prasmes – kļūt elastīgākiem un spējīgiem pielāgoties ārējiem apstākļiem, bet vienlaikus arī domāt par unikālu atšķirību saglabāšanu. Minētās prasmes palīdz pilnveidot biznesa modelēšanu, jo biznesa modelis (turpmāk – BM), ietverot svarīgākās starptautisko darbību komponentes un digitālās transformācijas mehānismus, uzņēmumu vadītājiem nodrošina aktivitāšu un to seku novērtēšanas iespējas. Šajā grāmatā tiek pētīti biznesa modeļi un biznesa modeļu vides teorētiskie aspekti, lai izprastu, kā BM un modelēšanas vide ietekmē uzņēmuma un vadības funkciju īstenošanu.

Biznesa modeļu un to vadības teorijā BM tiek saukts par galveno uzņēmējdarbības analīzes rīku, par stratēģisko lēmumu atspoguļojumu, kas īstenots ar taktisku paņēmienienu izvēli. Ar tā palīdzību tiek radīti procesi un resursi “cikliskie efekti”. Tas nozīmē, ka, no vienas puses, biznesa modelis ir esošo BM elementu analīzes un, no otras puses, jaunu biznesa modeļa elementu iepriekš plānotas kombinēšanas rezultāts. Izmantojot dažādu elementu kombināciju, ir iespējams iegūt radošu risinājumu un izstrādāt vispiemērotāko BM vai pat vairākus viena uzņēmuma ietvaros. Šāda pieeja veido ilgtspējīgas BM vadības un konkurences priekšrocību pamatu. Grāmatā tiek piedāvāts biznesa vadības modelis *FinTech* nozares uzņēmumiem,

kas veidots augstā abstrakcijas līmenī, jo tādā veidā tos kā paraugu un plānošanas rīku var izmantot jebkurš *FinTech* uzņēmums.

Pārrobežu biznesa modeļa perspektīva ir daudzšķautņaina un saistīta ar kultūras, politiskās, tiesiskās un regulatīvās sistēmas, ekonomiskās un tehnoloģiskās attīstības līmeņu un ģeogrāfijas aspektiem visās pārrobežu darbības valstīs. Lai organizētu savu ienākšanu svešos tirgos, uzņēmumi bieži vien kombinē dažādas stratēģijas. Šī kombinācija atvieglo preču un/vai pakalpojumu pārvietošanu starp tirgiem un citādi pārdala resursus, veidojot kompromisu starp vēlamo kontroles pakāpi, resursu iesaisti un uzņēmuma vēlmi uzņemties risku. Lai sasniegtu pārrobežu un nacionālo priekšrocību līdzsvarotību, uzņēmumam ir jāapzinās gan paša, gan arī visas nozares globalizācijas potenciāls. Pieņemot stratēģisku lēmumu par pārrobežu darbības veikšanu, uzņēmums vienlaikus “piekrīt” pārskatīt biznesa modeļa pamatfunkcijas, sistēmas un struktūras. Grāmatā tiek analizēts, kā ar biznesa modelēšanas palīdzību var pārdomāt pieeju uzņēmuma darbību internacionalizēšanai, un novērtētas biznesa modeļu kombinācijas, kā arī piedāvātas pārrobežu biznesa modeļu tipoloģijas.

Tehnoloģiskā progresa rezultātā straujāk sarūk uzņēmumu dzīves cikls, un tādu uzņēmumu, kuru dzīves ilgums ir mērāms vairāku desmitu gadu garumā, kļūst arvien mazāk. Saskaņā ar *McKinsey* veikto pētījumu vairāk nekā 90 % jaunizveidoto uzņēmumu nepie dzīvo savu uzplaukumu, galvenokārt pašiznīcināšanās, nevis konkurences dēļ. Kā zināms, lielākajai daļai vadības lēmumu ir ilglaicīga ietekme uz BM, tāpēc šie lēmumi potenciāli nosaka BM ilgtspēju. Lai izprastu likumsakarības starp uzņēmuma vadības lēmumiem un uzņēmuma spēju pastāvēt, grāmatā tiek apskatīti biznesa modeļa ilgtspējas teorētiskie aspekti un to mijiedarbība ar uzņēmuma vadības lēmumiem, kā arī uzņēmuma vērtības radīšanas process.