

# СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ БИЗНЕС- МОДЕЛЕЙ

ПОДГОТОВИЛИ СТУДЕНТЫ  
ГРУППЫ ББИ-31: КУЛАЕВ В.  
В. И МОРОЗОВА А.А.

# Бизнес-модель: «Реклама»

Рекламная бизнес-модель существует уже давно и становится все более оригинальной, по мере того, как мир переходит от печатных материалов в онлайн. Основы модели строятся вокруг создания контента, который люди хотят читать или смотреть, и показа рекламы своим читателям или зрителям.

Примеры российских IT-компаний:  
Yandex (Поисковая реклама, текстовая реклама). Mail.ru (Вконтакте)

# Бизнес-модель: «Партнерская программа»

Партнерская бизнес-модель связана с рекламной моделью, но имеет некоторые специфические особенности. Чаще всего в партнерской модели используются ссылки (они встраиваются в контент), а не визуальные рекламные объявления, которые легко идентифицируются. Пример российской IT-компании: Ozon

# Бизнес-модель: «Freemium»

Это предложение воспользоваться программным продуктом или услугой бесплатно, в то время как расширенные, улучшенные функции продукта предлагаются за дополнительную плату.

Примеры российских IT-компаний:  
«Яндекс.Диск», LinguaLeo, «Мегаплан».

# Бизнес-модель: «Лицензирование»

Бизнес-модель продажи и использования ПО, при которой поставщик разрабатывает веб-приложение и самостоятельно управляет им, предоставляя заказчику доступ к программному обеспечению через интернет.

Пример российских IT-компаний: «1С», «Мегаплан».

# Бизнес-модель: «Подписка»

Эта бизнес-модель становится все более распространенной. Суть ее заключается в том, что потребители должны вносить абонентскую плату за доступ к услуге.

Распространение эта бизнес-модель получила благодаря журналам и газетам, теперь она распространяется на программное обеспечение, онлайн-услуги, а иногда возникает и в сфере услуг.

Пример российской IT-компании: Кинопоиск HD.

# Бизнес-модель: Транзакционная

В этой модели монетизация основана на комиссионном вознаграждении от денежных транзакций между участниками сделки.

Примеры российских IT-компаний: «Яндекс.Маркет», Avito.