

References

1. Теплоук, М. А. (2021). Тренди інноваційного розвитку підприємництва малого бізнесу в умовах цифрової економіки. ВІСНИК, 335.
2. Теплоук М. А, Швиданенко Г. О. Сучасні тренди розвитку інноваційного підприємництва / М. А.
3. Теплоук, Г. О. Швиданенко // Економіка та держава. – 2018. – №. 5. – С. 89–92. Шипулина Ю.С., Ілляшенко Н.С., Ілляшенко С.М, 2019 Управління інноваційним розвитком підприємства на основі його інноваційної культури. Інституціональна модель інноваційної економіки.: моногр. / за ред. В. Ляшенка, О. Прокопенко, В. Омеляненка. НАН України, Ін-т економ. промсті, 2019. С. 97-113.

УДК: 65.012.61

Наталія Чухраєва

*к.е.н., доцент кафедри бізнес-економіки та підприємництва,
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,
0612nataliya@gmail.com*

Анна Войтович

*ст.5 курсу Факультету економіки та управління,
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,
voitovichanna1@gmail.com*

БІЗНЕС-МОДЕЛІ ІННОВАЦІЙ В ЕЛЕКТРОННІЙ КОМЕРЦІЇ

BUSINESS MODELS OF INNOVATION IN THE DIGITAL ECONOMY

Анотація. Стаття присвячена дослідженню бізнес-моделей інновацій компаній, які змогли досягти значних успіхів завдяки використанню нестандартних нових підходів в організації свого бізнесу. У роботі наведено сутність бізнес-моделей інновацій, розглянуто основні типи бізнес-моделей інновацій в електронній комерції та надано їх детальну характеристику; виявлено компоненти та специфічні особливості бізнес-моделей окремих світових компаній-лідерів.

Abstract. The article is devoted to the study of business models of innovation of companies that have been able to achieve significant success through the use of non-standard new approaches in the organization of their business. The paper presents the essence of the business model of innovation, the main types of business models of innovation in e-commerce are considered and their detailed characteristics are given; components and specific features of the business models of individual global leading companies are identified.

Бізнес-моделі інновацій привернули широку увагу і тісно пов'язані з розширенням і застосуванням мережі Інтернет в діловому світі з середини 1990-х років. Розвиток інформаційних технологій та популяризація Інтернету та інтернет-пристроїв вивели конкуренцію бізнес-моделей інновацій на безпрецедентний рівень.

Інтернет-медіа технологія є свого роду характеристикою інноваційної творчості, вона має безліч функцій, таких як глобальне звільнення від тимчасових обмежень, зниження асиметрії інформації, скорочення трансакційних витрат, необмежена віртуальна потенційна ємність. Саме завдяки цим характеристикам поява Інтернету змінило базове середовище конкуренції в бізнесі і переписало економічні правила, ознаменувавши настання ери цифрової економіки.

Інтернет дозволив використовувати велику кількість інноваційних методів ведення бізнесу, і на його основі з'явився ряд нових підприємств. Деякі порівняно недавно з'явилися компанії, такі як Yahoo, Amazon і eBay, успішно вийшли на ринок і досягли високого розвитку всього за кілька років.

Багато власників бізнесу відразу ж стали мільйонерами або навіть мільярдерами, що справило потужний демонстраційний ефект. Їх спосіб отримання доходів, очевидно, відрізняється від способів заробляння грошей на традиційних підприємствах. В результаті став популярним термін «бізнес-модель». Він використовується для опису того, як ці підприємства отримують доходи. Поява нових інтернет-компаній також мала глибокий вплив на багато традиційних підприємств. Наприклад, компанія Amazon всього за кілька років перетворилася на найбільшого книжкового ритейлера в світі, поставивши серйозні завдання перед традиційними книжковими магазинами-конкурентами і створивши бізнес-моделі інновацій, що демонструють високу життєздатність і конкурентоспроможність. Незалежно від того, чи готується компанія почати бізнес або вже працює на існуючих ринках, це спонукає фундаментально переосмислити спосіб заробляння грошей і подумати про свою бізнес-модель, особливо в період економічних перетворень або криз.

Бізнес-модель можна визначити як системну точку зору на те, як організації створюють вартість; як нове перспективне бізнес-мислення, орієнтоване на аналіз способів створення додаткової вартості, тобто за допомогою яких методів компанія отримує доходи від організації свого бізнесу. Вважаємо, що бізнес-модель являє собою вартісне значення щодо створення відповідної "серії дій", включаючи стратегії і бізнес-цілі, ключові види діяльності, управління ресурсами, партнерів, логістику та ін. Бізнес-модель-це взаємозалежна і взаємопов'язана інтерактивна система, призначена для уловлювання і задоволення потреб ринку, створення цінності для всіх зацікавлених сторін.

Більш важливими, ніж визначення бізнес-моделі, є причина і передісторія, які вивели її на такий високий рівень. Бізнес-модель набула широкого поширення після того, як Електронна комерція стала популярною, тому що Електронна комерція сама по собі є свого роду інформаційною революцією, яка вплинула на організації, споживачів і правила ведення бізнесу. Найважливіша причина полягає в тому, що електронна комерція значно знижує трансакційні витрати і, отже, створює безліч методів ведення бізнесу, які були неможливі в минулому. Раніше компаніям доводилося витрачати великі зусилля для вивчення і формування портрета споживача, тому що вони не знали, хто бачить рекламу, хто купив продукт, але тепер вся інформація про покупки на онлайн-платформі видно, і в наявності всі відомості і дані, які можна відстежувати. Незалежно від того, наскільки компанія може

покладатися на Інтернет для охоплення споживачів на глобальному ринку, вона може трансформуватися і змагатися з бізнес-конкурентами по всьому світу, що інакше було б неможливо. Електронна комерція також дозволяє багатьом розширювати спектр послуг, від продукції студентів-дизайнерів до продажу будь-яких товарів, а також дає можливість використовувати інші канали або організації і підтримувати довгострокові відносини з клієнтами з дуже низькими для себе витратами. Іншими словами, оскільки відносини зі споживачами можуть підтримуватися протягом тривалого часу, а обсяг бізнесу набагато більший, ніж був раніше, немає необхідності покладатися на традиційний метод оплати клієнтом кожної окремої послуги, тобто деякі послуги можуть бути надані спочатку безкоштовно, залучаючи нових клієнтів, а потім частина прибутку заповниться за рахунок інших сервісів. Такі зміни в інформаційній моделі обслуговування споживачів стимулювали багато інновацій і надали безліч різних бізнес-можливостей.

В епоху глобалізації, прискорення НТП і все більш нестабільного ділового середовища найбільш важливим фактором, що визначає успіх або невдачу підприємства, стала займати переважне місце не технологія, а саме його бізнес-модель. Наприклад, така компанія, як Netflix, була заснована в 1997 р. і зареєстрована в 2002 р. вона представляла собою бібліотеку фільмів і телесеріалів. В її продукції дійсно немає нічого нового. Можна було б взяти напрокат компакт-диски у численних конкурентів, наприклад на Blockbuster, але Netflix змінила спосіб оренди компакт-дисків. На Netflix можна отримати доступ через Інтернет-браузер на комп'ютері або за допомогою прикладного програмного забезпечення, встановленого на смарттелевізори, телевізійні приставки, підключені до телевізорів, Планшетні комп'ютери, смартфони, цифрові медіа-плеєри, Blu-RayDisc плеєри, ігрові консолі і гарнітури віртуальної реальності. У США компанія надає в оренду DVD і Bluray диски, що доставляються індивідуально через поштову службу з регіональних складів. Новаторськи здаючи в оренду компакт-диски, Netflix витіснила Blockbuster з ринку [1].

Хоча число бізнес-моделей практично нескінченне, більшість основних операцій в електронній комерції можуть бути класифіковані за наступними п'ятьма типами бізнес-моделей, як показано в табл.1 і описано нижче.

1. Торгівля. Будь-який веб-сайт, чий прибуток формується від угоди і просування товарів чи послуг, відноситься до цієї категорії, незалежно від відносини між бізнесом і кінцевим споживачем, будь то B2B, B2C, C2B або C2C. Основна компетенція даного типу бізнес-моделі полягає в інтеграції інформації між покупцями і продавцями або допомоги в управлінні ланцюжком поставок. Кінцева мета роботи полягає у сприянні здійснення угод.

2. Модель обробки інформації. Це найбільш розвинена бізнес-модель, але вона продовжує вводити інновації досі. Найбільш яскравим представником можна назвати Google. Основні можливості цієї моделі полягають в зборі, обробці та аналізі різних форм інформації для задоволення широких потреб користувачів. Послуги передачі інформації через комп'ютери, мобільні телефони, гарнітури віртуальної реальності, екран автомобіля та інші пристрої для передачі безперервно забезпечують нову вартісну цінність інформації, а також споживчий досвід. Так як ця модель, як правило, не включає дохід від угоди купівлі-продажу

товарів чи послуг, метод прибутку в даній моделі – рекламні збори. Наприклад, основний дохід Google формується різними рекламними зборами, такими як пошук за ключовими словами або рекламні збори за візуальну рекламу.

Таблиця 1

Основні типи бізнес-моделей в електронній комерції[2]

Бізнес-модель інновації	Типовий представник на ринку	Компетенція	Основне джерело прибутку
1. Торгівля	Yahoo Mall, Aliexpress, Ozon, Wildberries, Uber	Сприяння угоді купівлі-продажу	Спреди, комісія за рекламу, комісія за транзакції
2. Оброблення інформації	Google, Baidu, WhatsApp, Messenger, Skype	Обробка, доставка, класифікація, пошук повідомлень	Плата за рекламу
3. Розважальний контент	Youtube, Twitch, KKBox, Netflix	Звернення до вмісту ресурсу	Членські внески, плата за рекламу
4. Соціальні новини	Twitter, Facebook, VK, WeChat	Сприяння міжособистісному спілкуванню	Реклама, прибуток від додаткових послуг
5. Побутові послуги	Travelata, Pecom	Підвищення зручності обслуговування або доданої вартості	Прибуток від послуги, плата за рекламу

3. *Розважальний контент.* Ця модель передбачає використання контенту через Інтернет для завантаження на локальний пристрій або у вигляді потокового мовлення через веб-сайт. З популяризацією планшетних комп'ютерів, смартфонів, смарт-телевізорів, VR пристроїв модель розважального контенту буде продовжувати розвиватися, створюючи більш різноманітний і багатий контент. А традиційне телебачення, друковані ЗМІ, радіо будуть все більше втрачати конкурентні позиції в першу чергу через відсутність інтерактивності. Модель розважального контенту дозволяє користувачам брати участь в процесі взаємодії з ресурсом, дає можливість поділитися контентом з друзями в будь-який час, активно вибирати контент, необхідний в даний момент.

4. *Соціальні новини.* Соціальна взаємодія є найважливішою потребою людей у всьому світі, і інтернет-технології дали нове життя соціальній моделі. В даний час можна сказати, що модель соціальних новин – одна з найпопулярніших моделей. Багато людей вважають соціальні інструменти найбільш важливими засобами для взаємодії з друзями, родичами, для корпоративних комунікацій на противагу використанню традиційного телефонного зв'язку.

Її основні можливості покликані полегшити і збагатити міжособистісне спілкування через різні інноваційні функції або застосувати його до комерційних угод і просування.

5. *Побутові послуги.* Незважаючи на передові технології, люди живуть у фізичному світі, з необхідністю їсти і пити, з потребою в житлі, транспорті та іншими потребами, які не можуть бути виконані у віртуальному світі. Таким чином, моделлю побутових послуг є використання онлайн-інструментів для надання допомоги різним операціям у фізичному

світі. Обсяг цієї моделі дуже широкий. Незважаючи на те, що вона почала розвиватися порівняно недавно, така модель швидко і бурхливо зростає з популяризацією мобільних пристроїв. Це одна з найбільш потенційно ємних моделей в найближчому майбутньому [3].

Бізнес-модель можна охарактеризувати як повну систему продуктів, послуг та інформаційних потоків, включаючи кожного учасника відносин і його роль в ній, а також потенційні вигоди кожного і відповідні джерела, методи отримання доходу. Як нова форма інновацій бізнес-моделі не менш важливі, ніж технологічні інновації. В останні роки вони стають популярним терміном і цікавим об'єктом для вивчення в ділових і наукових колах.

Бізнес-модель інновацій полягає у створенні цінності інновацій для підприємства з метою забезпечення базової логіки змін, бізнес-моделі можуть включати в себе кілька елементів, зміни в їх складі можуть також включати відносини між елементами або динамічний механізм таких змін.

Література

1. Цифрова економіка: тренди, ризики та соціальні детермінанти / під керівництвом О.Піщулиной. К: в-во «Заповіт», 2020. 274 с.
2. OECD.DigitalEconomyPapers. URL: https://www.oecd-ilibrary.org/science-andtechnology/oecd-digital-economy-papers_20716826(дата звернення: 08.05.2022).
3. TheWorldBank. URL:<https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD?locations=UA>(дата звернення:14.05.2022).

\