

тимізувати роботу всього підприємства на основі виявлення найактуальніших інформаційних потреб і їх найкращого задоволення.

Таким чином, інформація є важливим активом підприємства, а тому з метою встановлення стійких конкурентних переваг та досягнення основних пріоритетних напрямків діяльності виникає об'єктивна необхідність всеохоплюючого управління всім спектром доступних для підприємства інформаційних ресурсів та найефективніше їх використання з урахуванням фактора ситуаційності.

Література

1. *Корнєв Ю.Г.* Теоретичні аспекти інформаційного забезпечення підприємницької діяльності // Актуальні проблеми економіки. — 2008. — №5. — С. 30—35.
2. *Петренко С.Н.* Контроллинг: Учеб. пособие. — К.: Ника-Центр, Эльга, 2004. — 328 с.
3. *Шастико А.* Неполные контракты: проблемы определения и моделирования // Вопросы экономики. — 2001. — №6. — С.133—138.

Стельмащук А. І.,
студент, ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима
Гетьмана», ФЕтаУ, курс V, Україна

A. Stelmashchuk
student, SHEE «Vadym Hetman Kyiv
National Economic University»,
FEandM, 5th year, Ukraine

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ БІЗНЕС-МОДЕЛЮВАННЯ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Досліджуються особливості реалізації технологій формування бізнес-моделей підприємств. Обґрунтовано рекомендації щодо адаптації процесу бізнес-моделювання в умовах вітчизняних підприємств.

FEATURES USING TECHNOLOGY BUSINESS MODELING ON DOMESTIC ENTERPRISES

Researching of the features of formation technology business models of enterprises. Valid recommendations on adapting business process modeling in terms of domestic enterprises.

*Шахи це настільки геніальна гра,
що з їх допомогою можна змодельовати
будь-яку реальну ситуацію з життя.
Автор невідомий*

В умовах кризового стану економіки України більшість оптимістичних планів та моделей підприємств зазнали невдачі. Відмовившись від реалізації вже намічених планів, підприємства змушені розробляти антикризові заходи, що дозволили б їм про-

триматися на плаву у важкий для бізнесу період. Сьогодні все більше компаній шукають нові, інноваційні способи збереження свого потенціалу в умовах нестабільної ситуації на ринку. Бізнес-моделювання як один із інноваційних інструментів збереження та нарощування стратегічного потенціалу підприємства стає все більш поширеним в Україні. На даному етапі це питання постає дуже широко, але формування та функціонування ефективних бізнес-моделей все ж залишається мало дослідженою темою.

Основним завданням даної роботи є *визначення основних принципів формування та обґрунтування рекомендацій щодо імплементації кращих зразків бізнес-моделей в умовах вітчизняного бізнесу*. У цьому сенсі стандарти і шаблони бізнес-моделей зарубіжних компаній повинні слугувати прикладом для наочного порівняння та рекомендацій, а не як основа для копіювання. Оскільки бізнес-модель виконує дві важливі функції: створення споживчої цінності та генерування прибутку, то для кожної компанії спосіб її побудови повинен бути індивідуальним.

Отже, для забезпечення ефективної діяльності, підприємство має сформувати та реалізувати ефективну, унікальну бізнес-модель.

Бізнес-модель — це сполучення ряду параметрів, що описують принципову схему побудови бізнесу компанії. Принципово важливими в бізнес-моделі є не стільки параметри самі по собі, скільки їх взаємозв'язок.

Дієва бізнес-модель компанії дозволяє підвищити ефективність діяльності і стійкість компанії на ринку за рахунок: підвищення конкурентоспроможності; забезпечення гнучкості; ефективної взаємодії із зовнішнім середовищем; оптимальної структури бізнес-процесів та узгодженого функціонування підрозділів компанії.

Основними проблемами впровадження технології бізнес-моделювання на вітчизняних підприємствах є:

1. Низький рівень усвідомлення бізнес-моделювання як одного із засобів забезпечення конкурентних переваг та унікальності компанії на ринку. Зазвичай підприємства копіюють зразки бізнес-моделей з іноземних компаній, які у 90 % випадків або не дієві для нашого ринку, або є неефективними.

2. Не врахування специфіки та особливостей розвитку українського ринку у процесі імплементації існуючих типів бізнес-моделей.

3. Відсутність ефекту синергії через низький взаємозв'язок між бізнес-моделями різних взаємопов'язаних підрозділів чи господарських одиниць однієї компанії.

4. Слабкий розвиток бізнес-моделювання в Україні призводить до незацікавленості власників і менеджерів компаній у ви-

користанні цього ефективного способу підвищення конкурентоспроможності компанії.

Для забезпечення розвитку інструментарію бізнес-моделювання у практиці вітчизняних підприємств необхідно:

— створювати власні особливі та унікальні зразки бізнес-моделей, використовуючи моделі інших компаній як приклад, а не як шаблон для копіювання.

— враховувати особливості вітчизняного ринку та специфіку функціонування компанії у процесі формування її бізнес-моделі.

— забезпечити відкритість бізнес-моделі, що дозволить підприємству ефективно взаємодіяти із зовнішнім середовищем.

— використовувати інтелектуальний капітал та компетенції компанії як основу створення її бізнес-моделі .

Література

1. *Гараедаги Джамиид*. Системное мышление. Как управлять хаосом и сложными процессами: Перевод с англ. — Минск: Гревцов Паблицер, 2009. —295 с.

2. *Дебелак Дон*. Принципы создания процветающей организации: Перевод с англ. — М.: ИД Гребенников, 2009. —225 с.

3. *Дирлав Дез*. Избранные концепции бизнеса. Теории, которые изменили мир: Перевод с англ. — М.: Олимп-Бизнес, 2009. —336 с.

Стожок Л.Г., канд. екон. наук., доцент, Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна», Україна

Stozhok L.G. cand. econ. sciences, associate professor, The opened international university of development of man «Ukraine», Ukraine

СОЦІАЛЬНИЙ ПАКЕТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Розкривається зміст та функції соціального пакету в ракурсі корпоративної соціальної відповідальності. Залежно від гостроти ринкової конкуренції пропонується гнучкість соціального пакету, що важливо і для компанії, і для її співробітників у вирішенні існуючих соціальних проблем.

SOCIAL PACKAGE AS INSTRUMENT OF INCREASING TO CORPORATIVE SOCIAL RESPONSIBILITY

Opens the contents and functions of the social package in forshortening of corporative social responsibility. Depending on quips of the market competition is offered flexibility of the social package that much it is important and for company, and for its employee in decision existing social problems.