

таманних об'єкту дослідження, є необхідною умовою розв'язання проблем функціонування та розвитку підприємства.

Моделювання на множині системоутворюючих і ситуаційних станів дозволяє здійснювати проблемно-діагностичні функції, виділяючи стратегічні, тактичні, оперативні та інші системні, системно-ситуаційні чи ситуаційні проблеми. Аналіз системи проблем та шляхів їх подолання є запорукою ефективного функціонування та розвитку підприємства.

Практика свідчить, що не існує готових рішень для всіх проблем, з якими може стикатися підприємство. Реальні економічні проблеми завжди нестандартні та заплутані, а часу і вихідної інформації для їх вирішення переважно недостатньо. Тому необхідно навчитися комбінувати різні підходи, застосовувати весь накопичений досвід знань для пошуку творчих рішень в умовах невизначеності та неповної інформації.

Янголь А.В.,
студентка,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима
Гетьмана», Україна

Yangol' Anna
Student of the SHEE «Vadym
Hetman Kyiv National Economic
University», Ukraine

ОБҐРУНТУВАННЯ СУЧАСНОЇ БІЗНЕС-МОДЕЛІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

THE MODERN BUSINESS MODEL RATIONALE OF THE ENTERPRISE DEVELOPMENT

Визначено концептуальні основи формування бізнес-моделі компанії. Обґрунтовано особливості поширених у практиці підходів до розробки моделей бізнесу підприємств.

There are defined the conceptual bases of the business-models company formation and are proved features of the approaches extended in the practice to working out of the business-models of the enterprise in this work

Говорячи про бізнес-моделі, найчастіше мають на увазі три аспекти: елементи бізнес-моделі, поширені приклади операційних бізнес-моделей та механізм зміни бізнес-моделі в ринкових умовах. У загальному розумінні бізнес-модель описує, як компанія позиціонує себе в ланцюжку створення цінності у межах своєї галузі та яку модель створення прибутку та генерування доходу вона обрала. Отже, в узагальненому трактуванні бізнес-модель — це метод стійкого ведення бізнесу [1, 4].

У сучасному ринковому середовищі, характерними рисами якого є швидкі зміни і гіперконкуренція, перед кожним підприємством постає складне завдання формування прибуткової та стійкої моделі бізнесу. В динамічних умовах зовнішнього ринку поточна бізнес-модель фірми постійно є об'єктом атак з боку нових бізнес-моделей конкурентів. Тому все більш очевидним стає факт, що тривалість життєвого циклу бізнес-моделі скорочується. Підприємство повинно безперервно контролювати стратегічні точки змін у галузі та оновлювати свою бізнес-модель для забезпечення стійкого та ефективного розвитку.

Як показує досвід функціонування зарубіжних та деяких вітчизняних компаній, стабільне зростання та успіх у бізнесі залежать від уміння створювати і безперервно удосконалювати власну бізнес-модель. Підприємствам необхідно застосовувати венчурну ринкову технологію ведення бізнесу, що в літературі прийнято називати концепцією «інтелектуального лідерства». Таким чином, сучасна бізнес-модель є такою конструкцією, що трансформує інноваційні технології в економічні вигоди для підприємства та високу споживчу цінність для клієнтів [2].

Враховуючи це, можемо зробити висновок, що у бізнес-моделі повинні гармонійно пов'язуватись такі основні компоненти: пропозиція споживчої цінності, сегмент ринку, структуру ланцюжка створення цінності, модель отримання доходів і прибутку, стратегія розвитку бізнесу.

Економічна сутність бізнес-моделі проявляється через такі її функції:

- дослідження пріоритетів споживачів для визначення перспективного рівня споживчої цінності продуктів (послуг);
- визначення ринкового сегменту, тобто споживачів, для яких створена і на яких націлена інноваційна технологія створення споживчої цінності;
- формулювання стратегії, визначення ключових компетенцій, стратегічних ресурсів і конкурентних переваг, якими володіє компанія.
- дослідження ланцюжка створення цінності;
- оцінка структури вартості і моделі генерування доходу та прибутку від розміщення пропозиції продуктів і послуг з інноваційною споживчою цінністю.

Останніми роками серед підходів до формування бізнес-моделі популярною стала концепція «блакитного океану», суть якої виявляється у виході із традиційного конкурентного простору та створення нової ринкової ніші. Розвитком цих ідей в остан-

ній період стала концепція створення «білого простору» (М. Джонсон, 2010 р.) — технологія побудови інноваційної моделі бізнесу досягається завдяки детальній розробці, плануванню та посиленню чотирьох головних факторів: основних ресурсів та бізнес-процесів підприємства, пропозиції споживчої цінності та моделі отримання прибутку [3].

За умови, коли ринко змінюється, підприємство зіштовхується з необхідністю впровадження нової бізнес-моделі. Моделі розвитку та розширення бізнесу можуть мати пряму та зворотну інтеграцію. Компанії свідомо та цілеспрямовано рухаються до нової операційної моделі і ніколи не повертаються до старого зразка чи шаблону.

Підсумовуючи, варто сказати, що бізнес-модель є сучасним прогресивним інструментом реалізації стратегії підприємства в умовах динамічного та непередбачуваного ринкового середовища. Використання технології бізнес-моделювання в умовах вітчизняного бізнесу є сьогодні перспективним аспектом наукових досліджень та практичної апробації.

Література

1. Jane Linder, Susan Cantrell «Changing Business Models: Surveying the Landscape». Institute for Strategic Change. May 24, 2000.
2. Henry Chesbrough «The Role of the Business Model in Capturing Value from Innovation: Evidence from Xerox Corporation's Technology Spinoff Companies». Harvard Business School, 2004.
3. Magaretta, J. (May 2002). «Why Business Models Matter», Harvard Business Review, vol. 80, no. 5.
4. Mark W. Johnson. Seizing the white space. — 2010. Online electronic book from web-site <http://www.seizingthewhitespace.com/book>