

Для підвищення ефективності економічних результатів підприємства мають постійно пристосовуватись до умов сучасних реалій і реагувати на зміни шляхом вдосконалення та оптимізації своїх бізнес-моделей і бізнес-процесів відповідно.

Економічні результати діяльності підприємств трактуються науковцями по-різному, проте можна сформулювати певне узагальнення. Вони можуть характеризуватися системою показників, таких як: операційний прибуток, чистий прибуток, рентабельність активів, рентабельність продаж, операційний грошовий потік, чистий грошовий потік, остаточний прибуток, остаточний чистий прибуток, остаточний операційний прибуток, додана економічна вартість, грошова рентабельність інвестицій, остаточний прибуток, який базується на ринкових вартостях, додана акціонерна вартість, додана грошова вартість, загальна акціонерна віддача, загальна віддача бізнесу [1, 2, 6].

Бізнес-процеси є свого роду «механізмом» (чорною скринькою), яка перетворює «вхідні» ресурси у «результати» на виході, а рівень ефективності «вихідних» результатів знаходиться у прямій залежності від ступеню досягнення ефекту синергії бізнес-процесів у середині організації [3]. Поліпшення бізнес-процесів (Business process improvement, BPI) — системний підхід, що дозволяє підприємствам оптимізувати свої бізнес-процеси для досягнення ефективніших результатів діяльності. Оптимізація націлена на підвищення результативності, ефективності й адаптованості бізнес-процесів [4]. Дослідження, аналіз і вдосконалення бізнес-процесів сприяє підвищенню внутрішньої ефективності та конкурентоздатності підприємств. Розуміння комплексу бізнес-процесів є ключем до ефективного управління підприємством, оскільки управління стає орієнтованим на результат [5].

Сьогодні, у постіндустріальних умовах, результат формується не лише традиційними матеріальними ресурсами, а в першу чергу інтелектуальними: знаннями, інформацією, здібностями та компетенціями, інноваціями. Відповідно до цього, є необхідним постійне коригування того процесу, завдяки якому цей результат створюється.

Література

1. Арич М.І. Економічні результати діяльності підприємств: сутність та характеристика складових / М. І. Арич // Економіка сьогодення: актуальні питання і інноваційні аспекти : матеріали міжнародної науково-практичної конференції, 26—27 квітня 2013 р. — К.: Київський економічний науковий центр, 2013. — Ч. 1. — С. 129—131.
2. Бердникова Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия / Татьяна Борисовна Бердникова. — М.: ИНФРА-М, 2001. — 215 с.
3. Хаммер М. Реінжиніринг корпорацій. Маніфест революції в бізнесі / Хаммер М., Чампі Дж. — М.: Изд-во «Манн, Иванов і Фербер» 2005. — С. 24.
4. Харрингтон Дж., Эсселинг К. С., Нимвеген Х. В. Оптимизация бизнес-процессов. Документирование, анализ, управление, оптимизация / пер. с англ. — СПб.: Азбука, 2002. — 311 с.
5. Чорнобай Л. І. Бізнес-процеси підприємства: загальна характеристика та економічна суть / Л. І. Чорнобай, О. І. Дума // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. — 2013. — № 769. — С. 125-131. — [Режим доступу]: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPM_2013_769_20
6. Шевчук Н. В. Ефективність ресурсного забезпечення діяльності підприємств: проблеми оцінювання / Н. В. Шевчук // Ефективна економіка. — 2010. — № 8. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2010_8_17

УДК 338:24

urb25@ukr.net

Урба Світлана Іванівна

к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки підприємства,

Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна

Грисюк Юрій Сергійович

к.е.н., доцент, доцент кафедри транспортного права та логістики, Національний транспортний університет

Urba Svitlana I.

Ph.D, associate professor,
Ivan Franko National University of Lviv, Ukraine

Grysiuk Yuriy S.

Ph.D, associate professor,
National Transport University, Ukraine

БІЗНЕС-МОДЕЛЬ ЯК КЛЮЧОВИЙ ФАКТОР УСПІХУ КОМПАНІЇ

BUSINESS MODEL AS A MAIN FACTOR OF SUCCESS OF COMPANY

Анотація. Визначено концептуальні основи формування бізнес-моделі компанії. Системати-

Summary. The conceptual bases of the business-models of company are defined. The author had

зовано наукові підходи зарубіжних авторів до трактування поняття бізнес-моделі. Обґрунтовано особливості поширених у практиці підходів до розробки бізнес-моделі компанії.

Ключові слова: бізнес-модель, бізнес-середовище, конкурентоспроможність.

systemized scientific approaches of foreign authors to the definition of business model. The features of the approaches extended in the practice to working out of the business model of company are proved in this work.

Key words: business model, company, business environment, competitive ability.

Сучасний етап розвитку національної економіки пов'язаний зі змінами її цільових пріоритетів. У цих умовах в якості основної рушійної сили економічного росту бізнесу варто розглядати конкурентоспроможні бізнес-моделі, які виступають актуальним інструментом підвищення ефективності бізнесу.

В умовах формування «нової економіки» бізнес-модель є порівняно інноваційною концепцією сучасного підприємництва, яка містить багато невирішених питань і проблемних аспектів. Саме від бізнес-моделі часто залежить успіх корпоративної стратегії, що змушує компанії в пошуках джерел зростання переходити на інноваційні зміни своїх процесів і продуктів.

Наукові дослідження бізнес-моделі почали активно проводитися тільки в кінці 1990-х років і в основному увага була зосереджена на сферу електронного бізнесу [7]. Проте пізніше наукові дослідження почали здійснюватися в напрямку побудови єдиного теоретичного підходу до визначення та аналізу бізнес-моделі. Саме тому, на сьогоднішній день сформовані визначені тенденції дослідження особливостей формування бізнес-моделі компанії.

Бізнес-модель логічно описує, яким чином компанія створює, постачає клієнтам товари або послуги, набуває економічну, соціальну та інші види вартості. Розробка бізнес-моделі здійснюється одночасно зі стратегією компанії.

Під бізнес-моделлю більшість науковців розуміють:

- опис комплексної бізнес-системи, її структури і взаємодії із зовнішнім середовищем;
- комерційна залежність між підприємством і товарами і/або послугами, які воно реалізує на ринку;
- інструмент репрезентації створеної компанією цінності [5];
- систематичний опис механізму взаємодії з бізнес-партнерами.

А. Остервальдер пропонує розглядати бізнес-модель як концептуальний інструмент, який включає набір елементів і їх взаємозв'язків, дає змогу побачити логіку того, яким чином компанія заробляє гроші [4].

Розроблена науковцем концепція описує бізнес-модель компанії як сукупність дев'яти структурних блоків, а саме: сегменти споживачів, пропозиція цінності, канали розподілу, взаємини з клієнтами, потоки доходів, ключові ресурси, ключові активності, ключові партнерства і структура витрат.

Використання виділених блоків для визначення і опису бізнес-моделі пояснюється розумінням бізнес-моделі як архітектури бізнесу, яка розкриває процеси створення і привласнення цінності.

Аналіз багатьох визначень бізнес-моделі компанії, що зустрічаються в сучасній літературі дозволяє виділити два основні підходи до її трактування.

Відповідно до першого підходу бізнес-модель слід розглядати як спосіб генерування доходу. В межах цього підходу бізнес-модель пояснює як фірма заробляє гроші, необхідні для здійснення своєї діяльності. При цьому, основними аспектами, які визначають бізнес-модель компанії, є: сегментація і відбір споживачів; джерела створення та утримування цінності; стратегічний контроль; масштаб бізнесу [6]; стійкість конкурентних переваг [1].

На думку вітчизняних і зарубіжних дослідників, компанія є успішною, якщо її бізнес-модель характеризується унікальністю та інноваційністю. Унікальна бізнес-модель компанії може створити для ринку інноваційні можливості створення або присвоєння цінності, тобто можливості, якими ще не володіють інші компанії в певній сфері і які дозволяють компанії використовувати конкурентну перевагу. Інноваційна бізнес-модель повинна містити у своєму складі компоненти з інноваційним змістом, що спрямовані на досягнення стійкого економічного зростання бізнесу.

Другий підхід до аналізу бізнес-моделей базується на створенні цінності, що дозволяє виділити в структурі бізнес-моделі чотири основні блоки, зокрема: 1) пропозиція цінності для споживача; 2) джерела генерування прибутку; 3) ключові ресурси; 4) ключові процеси [3].

Отже, для компанії головним завданням є створення цінності, за яку готовий заплатити споживач. Генерується цінність на конкретних географічних і продуктових ринках, цільових

сегментах, споживачах, а її вимір ґрунтується на порівнянні обсягу отриманої виручки з витратами на створення цієї цінності.

З метою кращого розуміння сутності бізнес-моделі як основного фактора успіху компанії, варто виділити ще один підхід, який охоплює відповідно незалежні, проте пов'язані між собою компоненти бізнес-моделі:

- види діяльності;
- організаційні одиниці, в яких зосереджені певні види діяльності (вони можуть бути як підрозділами підприємства, так і зовнішніми по відношенню до підприємства контрагентами);
- відносини, в які вступають організаційні одиниці при здійсненні діяльності певних видів, а також відносини між людьми, які керують цими одиницями;
- механізми управління і контролю ефективності функціонування організаційних одиниць і відносин між ними.

Як інструмент управління бізнес-модель може бути використана для оптимізації бізнесу компанії з метою збільшення цінності, яку вона створює для всіх зацікавлених суб'єктів підприємництва. Крім того, бізнес-модель варто застосовувати для аналізу бізнесу не лише компанії, але й основних її конкурентів.

Варто зазначити, що практика бізнесу не тільки показує активне використання різних бізнес-моделей, але й вимагає обґрунтування цього феномену та розробки адекватних критеріїв оцінки успішності бізнес-моделей.

Саме тому, розробка і активне використання компанією комплексної бізнес-моделі є одним з ключових факторів успіху, який сприяє стабільному довгостроковому розвитку бізнесу, підвищенню ефективності бізнес-середовища і бізнес-процесів, а також реалізації стратегічних цілей компанії.

Література

1. Chesbrough H., Rosenbloom R.S. (2002) The role of the business model in capturing value from innovation: Evidence from Xerox Corporation's technology spin-off companies // *Industrial and corporate change*. — 11 (3). — P. 529–555.
2. Johnson M., Christensen C., Kagermann H. (2008) Reinventing your business model // *Harvard Business Review*. — 86 (12). — P. 57–68.
3. Osterwalder A., Pigneur Y. (2004) An ontology for e-business models. In: Currie W. (ed.). *Value Creation From E-business Models*. Butterworth-Heinemann; P. 65–97.
4. Shafer S., Smith H., Linder J. (2005) The power of business models // *Business horizons*. — 48 (3). — P. 199–207.
5. Slywotsky A.J. (1996) *Value Migration*. Boston, MA // Harvard Business Review Press.
6. Timmers P. 1998. Business models for electronic markets // *Electronic Markets* 8 (2). P. 3–8.

УДК 330.3 e-mail: o.Laktionova@inbox.ru

Омельченко Л.С., к.э.н.,
заведующий кафедрой,
Лактионова О.Е., к.э.н., доцент,
кафедры «Финансы и банковское дело»
ГВУЗ «Приазовский государственный
технический университет»,
Мариуполь, Украина

Omel'chenko L.S.
PhD, head of department
Laktionova O.E., PhD,
associate professor of the department
«Finances and Banking Business»
State Higher Educational Institution
«Pryazovsky State Technical University»
Maryupol', Ukraine

ФИНАНСОВЫЙ АУТСОРСИНГ В ПОВЫШЕНИИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

Аннотация. Анализ зарубежной практики по оказанию аутсорсинговых услуг предприятиям на международном региональном рынке за период 2013—2015 гг., показал, что услуги финансового аутсорсинга (F&A), оказываемые компаниями-аутсорсерами, зачастую на бюджетной основе, способствуют: сконцентрироваться предприятиям малого и среднего бизнеса (МСБ) на основных

Summary. The analysis of the foreign practice concerning to the rendering of the outsourcing services for the enterprises who are located in the international regional market, during the period of 2013–2015 years, has shown that the services of the financial outsourcing (F&A), which very often have been rendered by the companies-outsourcers at the budget's costs, contributed to: concentrate to the