

ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ БІЗНЕС-МОДЕЛІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ

Сучасні підприємства в умовах безперервної конкурентної боротьби, ускладнення виробничо-технічних і організаційно-економічних систем змушені постійно займатися покращенням своєї діяльності. Це вимагає розробки нових технологій і прийомів ведення бізнесу, підвищення якості кінцевих результатів діяльності і впровадження нових, більш ефективних методів управління і організації діяльності підприємств. Бізнес-моделювання підприємницької діяльності дозволяє проаналізувати як працює підприємство в цілому, як воно взаємодіє із зовнішніми організаціями, замовниками та постачальниками та як організована діяльність на кожному окремо взятому робочому місці.

Бізнес-моделювання дозволяє не лише побудувати відповідну бізнес-модель підприємства але й забезпечити її постійний перегляд та удосконалення. Бізнес-модель доволі часто ототожнюють із стратегією через те, що вони тісно пов'язані між собою. Такий взаємозв'язок між бізнес-моделлю і стратегією можна проілюструвати за допомогою «рівняння цінності», запропонованого М. Levy [1]:

$$V = M \times S \quad (1)$$

де V – value (цінність);
M – model (бізнес-модель);
S – strategy (стратегія).

Із цього рівняння випливає, що підприємство повинно визначити кращі бізнес-моделі для реалізації стратегії та на їх основі розгорнути і реалізувати свою стратегію, спрямовану на створення цінності для клієнтів та інших зацікавлених осіб. Основне завдання бізнес-моделі компанії – перетворити внутрішні «входи» бізнесу (ресурси, технології, здібності, компетенції) у зовнішні «виходи» (економічну цінність для покупців і фінансовий результат для компанії). Формування моделі бізнесу відбувається лише в умовах накопичення компанією ресурсно-конкурентної бази, що зумовлюють зростання її ділової активності, сприяють інтелектуалізації бізнесу, забезпечують невідтворені конкурентні переваги, найбільш оптимальне використання існуючих і перспективних можливостей, а також зростання ринкової вартості [2].

Існуючі методи бізнес-моделювання підприємницької діяльності мають свої переваги та недоліки, а також особливості застосування. Вибір тієї чи іншої методики бізнес-моделювання повинні виходити з специфіки підприємства, його розмірів, наявності відповідного рівня фінансового та кадрового забезпечення, а також програмного забезпечення. Аналіз бізнес-моделей компаній різної галузевої та ринкової спрямованості дозволив виокремити 3 головні підходи щодо формування бізнес-моделей [3]:

– інтеграційна, яку використовують такі гіганти як BMW, Intel. Даний тип характеризується високим рівнем ризику й можливістю отримати надприбутки. Вибір цього типу бізнес-моделі вимагає значних витрат та первинних інвестицій;

– диригування, яка є розгалуженою та охоплює велику кількість партнерів. Окремі інноваційні проекти можуть бути реалізовані за участю декількох компаній. Такий тип бізнес-моделі характерний для таких компаній, як Apple, Boeing;

– ліцензування – усе більше підприємств бажають одержувати прибуток від своїх ідей та інтелектуальних активів, не вкладаючи кошти в комерціалізацію; особливість: володіння технологічним заділом.

Отже бізнес-моделювання є сучасним прогресивним інструментом реалізації стратегії підприємства в умовах динамічного та непередбачуваного ринкового середовища. Використання бізнес-моделювання передбачає здійснення комплексного економічного, аналітичного, графічного та програмного обґрунтування вибору найбільш ефективного варіанта стратегічного розвитку компанії. Формування моделі бізнесу відбувається лише в умовах накопичення компанією критичної кількості ключових компетенцій, що зумовлюють зростання її ділової активності, сприяють інтелектуалізації бізнесу, забезпечують невідтворювані конкурентні переваги, найбільш оптимальне використання існуючих і перспективних можливостей, а також зростання ринкової вартості.

Література

1. Levy M., Powell P. *Exploring SME Internet Adoption: Towards a Contingent Model. Electronic Markets. 2005. Vol.13. №2. P. 173-181.*

2. Ігнатко М.І., Ігнатко Я.В., Ігнатко, М.Ю., Галас, Ю.І. *Зарубіжний досвід формування моделі управління розвитком бізнесу в умовах інноваційної економіки. Економічні горизонти. 2022. №3(21). С. 32–40. DOI: 10.31499/2616-5236.3(21).2022.263557.*

3. Teece D. *Business Models, Business Strategy and Innovation. Long Range Planning. 2010. Vol.43. №1. P. 172-194.*