

ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-МОДЕЛІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

У сучасному економічному просторі глобалізованої системи господарства серед потоку постійних змін для отримання високої конкурентоспроможності зростає роль активізації інноваційної діяльності підприємств, яка обумовлена збільшенням та поширенням якісно нових потреб споживачів. Як наслідок, конкурентні переваги підприємства визначаються його здатністю орієнтуватися на клієнта, відповідати тим запитам, які визначає споживач, адже саме він є джерелом реальних доходів. Тому перед підприємствами постає ключове завдання – задовольняти ціннісні очікування споживачів, забезпечуючи при цьому зручність, безперебійне багатоканальне просування товарів та послуг, прозорість, доступність, що потребує значної кількості ресурсів.

Недостатня розробленість теоретичних і методичних аспектів удосконалення бізнес-моделі підприємств з урахуванням інноваційного фактору розвитку, а також особлива значимість вирішення практичних завдань їх вибору та реалізації підприємствами обумовили вибір теми дослідження.

Поняття «бізнес-модель» є відносно новим, а тому досі не існує його єдиного економічного трактування. Тому передусім звернемось до семантики складових цього нового економічного терміну:

- бізнес - це будь-яка господарська діяльність, що спрямована на отримання прибутку;
- модель - образ, аналог (уявний або умовний: зображення, опис, схема, креслення, графік, план, карта тощо) певного об'єкта, процесу або явища («оригіналу» цієї моделі), що є спрощеним відображенням реальності. Отже, синтез цих двох понять дозволяє дати таке найпростіше трактування бізнес-моделі — це схема функціонування бізнесу певної компанії [1].

Бізнес-модель належить до порівняно нових концепцій підприємництва й стратегічного управління. Інтерес до бізнес-моделі у наукових і дослідницьких колах, що виник у середині 1990-х років, пов'язують, передусім, з теорією реінжинірингу М. Хаммера і Дж. Чампі, які першими виклали принципи й основні особливості проведення реінжинірингу бізнес-процесів [2].

Під бізнес-моделлю інноваційної підприємницької структури слід розуміти метод виявлення і задоволення вимог споживачів за рахунок впровадження на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг, що є реалізацією об'єкта права інтелектуальної власності. При формуванні даної бізнес-моделі є важливим залучення персоналу, як носія інтелектуального капіталу, що допомагає створювати нові ефективні бізнес-ідеї. Велику роль також відіграє збір та аналіз даних про поведінку споживачів. (рис. 1) [3].

Тому бізнес-модель дозволяє отримати відповідь на питання: що і як необхідно робити, щоб досягти бажаного результату. Ключовими елементами бізнес-моделі будь-якого підприємства, що визначають її зміст, є:

- цінність для зовнішніх клієнтів, яку пропонує підприємство на основі своїх продуктів і послуг;
- система створення цієї цінності, що включає постачальників і цільових клієнтів, а також ланцюжки створення цінності;
- активи, які підприємство використовує для створення цінності;
- фінансова модель підприємства, що визначає як структуру її витрат, так і способи отримання прибутку.

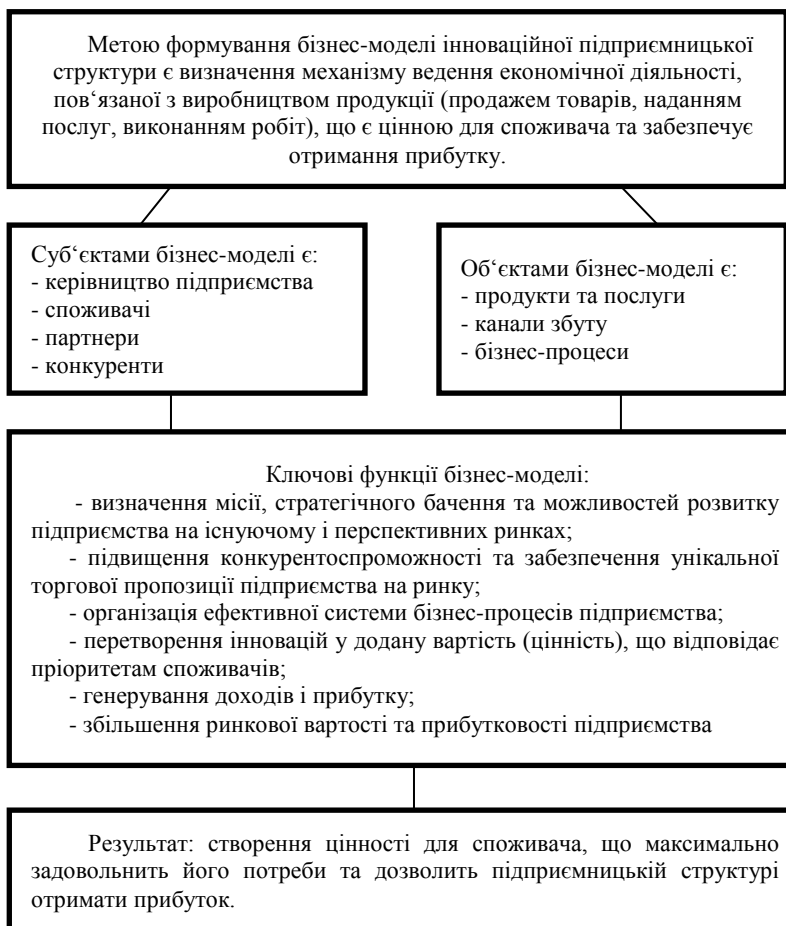


Рис 1. Концептуальні основи формування бізнес-моделі інноваційного розвитку підприємств [3].

Бізнес-модель передбачає проектування інфраструктури, необхідної для просування продукту або послуги на ринок так, щоб це було просто і зручно для покупця, і водночас забезпечувало прибуток для фірми. Важливо правильно побудувати цю інфраструктуру, яка може бути не лише в межах даного підприємства, а й включати співробітництво з іншими фірмами, які тим чи іншим способом доповнюють ланцюжок створення цінності. Для успіху бізнес-моделі важливо чітко виділити цільових споживачів, для яких важлива саме така цінність товару, яку пропонує підприємство, і технологію роботи з ними, яка охоплює канали постачання товару і управління відносинами із покупцями. Від того, наскільки правильно буде побудовано технологію роботи із споживачами, залежатиме їх лояльність до підприємства та розширення їх кола. Принципи, покладені в основу побудови бізнес-моделі, мають забезпечувати отримання надприбутку на цільових ринках. Лише тоді можна вважати бізнес-модель успішною. Тому важливо сформувати ефективну технологію управління фінансами - починаючи від обґрунтування структури витрат, які буде нести фірма, працюючи за обраною бізнес-моделлю, і до виявлення усіх джерел доходів (у вигляді грошових потоків), які будуть формувати загальні доходи.

В умовах глобальної кризи, багато бізнес-моделей втратили свою ефективність і конкурентоспроможність. Українські підприємства, які використовували дані бізнес-моделі, розоряються, зазнають збитків, йдуть з ринку. І навпаки, ряд бізнес-моделей, які не актуальні в докризовий період, виявилися високоефективними в умовах кризи і забезпечили компаніям, які їх застосовують, нові можливості для зростання і розвитку бізнесу. Подальше застосування неефективних бізнес-моделей і неповороткість при визначенні нових бізнес-моделей, повільність при переході до них можуть привести багато підприємств до суттєвих фінансових втрат і втрати можливості залишитися в бізнесі в принципі. Криза – це шанс для багатьох компаній значно посилити свої позиції на ринку, використовуючи недоступні раніше стратегічні можливості.

Тому посилення нестабільності й мінливості економічного середовища істотно зростає значимість інноваційних бізнес-моделей як одного з найбільш потужних механізмів конкурентної боротьби великих корпорацій. За таких умов перемогти в глобальній конкуренції можуть тільки корпорації, які взяли на озброєння стратегію бізнес-інновацій та освоїли практику відновлення бізнес-моделей з урахуванням динамічно мінливих ринкових потреб і технологій, що швидко розвиваються.

Список літератури:

1. Швиданенко Г. О. Формування бізнес-моделі підприємства [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Г. О. Швиданенко, Н. В. Ревуцька ; М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана».
2. Хаммер М., Чампи Д. Реінжиниринг корпорацій: манифест революції в бізнесі. СПб., 2011. 288 с.
3. Сагайдак М. Механізм формування ефективної бізнес-моделі інноваційної підприємницької структури / Михайло Сагайдак, Тамара Зимовець // Інноваційне підприємництво: стан та перспективи розвитку [Електронний ресурс] http://ir.kneu.edu.ua/bitstream/2010/25356/1/S_10.pdf