

## НАУКОВІ ПІДХОДИ ЩОДО ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-МОДЕЛІ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасне ринкове середовище визначається високим ступенем динамічності бізнес-процесів, загостренням конкурентної боротьби між національними виробниками та міжнародними компаніями, встановленням жорстких вимог якості, а також диференціацією потреб і запитів споживачів, посиленням ризиків, інноваційністю технологій, передусім техніко-інформаційних й комунікаційних. У країнах постіндустріального типу перед суб'єктами ринкових відносин, які спромоглися пристосуватися до організаційно-економічних змін, нині постала нова проблема - необхідність розробки та вибудовування сучасної моделі ведення бізнесу як новітнього інструменту для забезпечення сталого й адаптивного функціонування підприємства. Вирішення цієї проблеми слід вважати одним із головних завдань стратегічного менеджменту, у форматі якого і постає концепція бізнес-моделювання.

За результатами проведеного дослідження встановлено, що наукова зацікавленість до поняття «бізнес-модель» значно зросла в кінці 1990-х років та нині процес управління бізнес-моделями активно й глибоко досліджують у багатьох країнах. Дослідницька зацікавленість у цьому контексті зростає завдячуючи посиленню конкуренції у численних галузях діяльності, впровадженню інновацій, нововведень у різних сферах бізнесу та швидким змінам у світовій економіці в цілому. Вважаємо, що за таких умов грамотно розроблена та впроваджена бізнес-модель набуває надзвичайної актуальності для досягнення стратегічного успіху організації.

У розвитку сучасної теорії «бізнес-моделювання» новаторський прорив здійснили у 1990-х роках наукові публікації Г. Хамела (Лондонська школа бізнесу) та К. Прахалада (Мічиганський університет). Згідно стратегічної парадигми Г. Хамела і К. Прахалада, топ-менеджери сучасної компанії для досягнення її майбутнього бізнес-успіху в першу чергу повинні вміти різноманітно і нетрадиційно мислити в наступних напрямках:

1. Розуміння стану сучасної і, головне, майбутньої конкурентоспроможності своєї компанії.
2. Осмислення основ ефективності своєї загальної стратегії.

3. Глибинне розуміння природи нинішнього стану своєї компанії і сутності її якісного розвитку як переходу в майбутній стан.

Отже, виходячи з результатів ретроспективного аналізу на нашу думку, доцільно виділяти три послідовних етапи еволюції наукових поглядів щодо формування бізнес-моделі підприємства з урахуванням стратегічно-орієнтованого бачення. У відповідності з авторським підходом слід відмітити зміщення центру уваги науковців і фахівців з суто ресурсного підходу до побудови ефективного бізнесу, коли головні завдання менеджменту зосереджувались виключно на раціональному використанні внутрішніх ресурсів за умов найповнішого завантаження виробничих потужностей до ринково-орієнтованого підходу на основі пошуку незайнятих ринкових ніш, формування нових потреб споживачів та їх найповнішого задоволення.

У сучасній економічній теорії і практиці термін «бізнес-модель» вживається у широкому спектрі формальних і неформальних визначень для передачі основних аспектів бізнесу, включаючи мету бізнесу, продуктовий ряд, стратегію, інфраструктуру, організаційну структуру, способи продажів, операційні процеси і політики. Проведений аналіз трактувань поняття «бізнес-модель» дав можливість виділити ряд рис, які більшість дослідників виділяють за головне у розумінні даного поняття, зокрема:

- бізнес-модель – це організована система, яка має ряд елементів (компонентів), які працюючи у сукупності дають результат;
- результатом діяльності елементів бізнес-моделі може виступати або вироблена цінність або отриманий прибуток підприємства;
- елементи (компоненти) бізнес-моделі працюють у певно заданій технологічній послідовності, тобто існує певний механізм створення цінності та прибутку підприємства.

Успішна бізнес-модель діяльності підприємства базується на розумінні потреб споживачів, через формування у них пріоритетів та виробництва споживчої цінності відповідної якості, яка досягається за рахунок конкурентоспроможних бізнес-процесів на базі обґрунтованих інтегрованих бізнес-рішень з використання ключових ресурсів підприємства.

Таким чином, проведене дослідження дає можливість сформулювати загальне визначення бізнес-моделі. Бізнес-модель – це важливий інструмент стратегії підприємства, який дає можливість на інноваційній основі створити цінність для кінцевого споживача у вигляді товарів та послуг, яка допомагає виокремити підприємство від його прямих конкурентів, та виявити причини які спонукають споживачів віддавати перевагу саме цьому підприємству.

### Література:

1. Менеджмент : Підручник / С.Ю. Бірюченко, К.О. Бужимська, І.В. Бурачек та ін.; під заг. ред. Т.П. Остапчук. – Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка». Житомир: Вид-во «Рута», 2021. 856 с.