

КЛАСИФІКАЦІЯ БІЗНЕС-МОДЕЛІ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах динамічного розвитку економіки бізнес-модель підприємства виступає ключовим інструментом стратегічного управління, який визначає логіку створення, розподілу та отримання цінності. Вона формалізує механізм взаємодії підприємства з ринком, клієнтами, постачальниками, інвесторами та іншими учасниками бізнес-середовища. Через бізнес-модель розкривається, як підприємство перетворює ресурси у конкурентні переваги, формує пропозицію цінності та забезпечує свою фінансову стабільність.

Згідно з підходом О. Остервальдера та І. Піньє [1, с. 30-32], бізнес-модель можна розглядати як «систему елементів, які описують логіку створення, доставки та захоплення цінності організацією». Це означає, що вона є не просто описом діяльності, а цілісною концептуальною схемою, яка пов'язує стратегічні, операційні та фінансові аспекти розвитку підприємства. Багато дослідників пропонують власні підходи до класифікації бізнес-моделей, що зумовлено різноманітністю сфер діяльності, рівнем цифровізації та характером створюваної цінності. Ключовим завданням бізнес-моделі є забезпечення цілісного бачення підприємства, яке об'єднує місію, стратегію, структуру ресурсів, систему бізнес-процесів і фінансові потоки. Відтак, класифікація бізнес-моделей не лише відображає їх різновиди, а й дає можливість вибору найбільш придатного формату для конкретних умов функціонування, табл. 1.

Таблиця 1

Класифікаційні ознаки бізнес-моделей підприємства

Критерій класифікації	Типи бізнес-моделей	Характеристика
За рівнем інноваційності	Традиційні, інноваційні, цифрові	Традиційні ґрунтуються на стандартних виробничих процесах; інноваційні – на унікальних технологіях та нових підходах; цифрові – базуються на використанні платформ і даних.
За ринковою орієнтацією	B2C (для споживачів), B2B (для бізнесу), B2G (для держави), змішані	Визначається цільовим сегментом ринку, типом учасників і формою взаємодії з ними.
За структурою взаємозв'язком елементів	Класичні, модульні, процесні, мережеві	Класичні – фіксована структура; модульні – змінювані; процесні – побудовані на управлінських процесах; мережеві – базуються на партнерстві.
За типом створюваної цінності	Продуктові, сервісні, технологічні, соціальні	Визначають, у чому полягає основна цінність: товар, послуга, технологія чи суспільний ефект.
За джерелом доходу	Продаж продукції, передплата, ліцензування тощо	Характеризує механізм отримання прибутку: продаж продукції, передплата, ліцензування грошових потоків.

В сучасних умовах набувають поширення цифрові бізнес-моделі, які базуються на використанні штучного інтелекту, великих даних (Big Data), блокчейн-технологій, онлайн-платформ і маркетплейсів. Цей тип моделі забезпечує масштабованість, зниження транзакційних витрат і гнучку взаємодію з клієнтами в режимі реального часу [2, с. 107].

Ефективна бізнес-модель не є простою сумою окремих складових. Її успіх визначається рівнем взаємозв'язку між ними, який створює синергійний ефект. Наприклад, ціннісна пропозиція повинна бути узгоджена з фінансовими можливостями підприємства, а організаційна архітектура – підтримувати процес створення цінності. Відсутність узгодженості між елементами бізнес-моделі призводить до дисфункції: неефективного використання ресурсів, втрати клієнтів або зниження конкурентоспроможності. Тому одним із принципів побудови бізнес-моделі є баланс між клієнтською та підприємницькою перспективою, між створенням і підтриманням цінності. Бізнес-модель виступає комунікаційним інструментом між усіма учасниками процесу управління, допомагаючи узгоджувати інтереси стейкхолдерів.

Отже, класифікація та структура бізнес-моделі підприємства відображають багатовимірну природу сучасного бізнесу. Вона не лише описує механізм створення цінності, а й формує стратегічну основу для її розвитку. Оптимальна бізнес-модель поєднує стратегічне бачення, фінансову стабільність, організаційну гнучкість і клієнтоорієнтованість, що в сукупності забезпечує сталий розвиток підприємства в умовах глобальної конкуренції.

Список використаних джерел

- Бізнес-модель підприємства: формування та реалізація : монографія; за заг. ред. проф. Г.М. Филюк. Київ: ФОП Ямчинський О.В., 2022. 220 с.
- Шостак Л.В., Павлова С.В. Формування потенціалу бізнес-моделі підприємства в умовах цифровізації. Інтелект XXI. 2024. № 3. С. 104-109. https://intellect21.nuft.org.ua/journal/2024/2024_3/17.pdf