

БІЗНЕС-МОДЕЛІ: ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ТА ФОРМУВАННЮ СТРУКТУРИ

Гавриленко Наталія Вікторівна, Грищенко Олена Валентинівна,

Козицька Наталя Олександрівна

Первомайська філія Національного університету кораблебудування імені адмірала Макарова, м. Первомайськ

nata_antonova_76@mail.ua; vgik1971@yandex.ua; kozitskaya_na@ukr.net

Зупинимось на напрямках використання і аналітичному потенціалі такого інструменту, як бізнес-модель. Перш за все, відзначимо, що бізнес-модель є результатом творчої діяльності суб'єкта, підприємця, що відображає в ній свої уявлення про можливості та засоби отримання прибутку. При грамотному підході суб'єкт враховує багато факторів: кон'юнктуру ринку, особливості економічної, фінансової, соціальної політики держави, технологічні, структурні особливості галузі, об'ємні і тимчасові характеристики власних цілей, результати наукових досліджень, досвід діяльності інших підприємств.

Сформований вихідний варіант бізнес-моделі містить інформацію про такі елементи, як:

- сегмент ринку з оцінками попиту на вироблені компанією цінності,
- логічну послідовність ланцюжка створення цінності,
- ринки факторів виробництва і ринки товарів / послуг,
- структуру витрат і потенційного прибутку,
- виробничі і логістичні заходи від закупівлі сировини до створення і

доставки цінності споживачам.

Як складову частину бізнес-моделі можна розглядати інформацію про стан суб'єкта економічної діяльності щодо постачальників ресурсів і конкурентів.

Розвиток бізнесу йде в діалектичному взаємозв'язку з розвитком його наукового супроводу. Як було відзначено, бізнес-моделі стали об'єктом дослідження і проектування. Одним з результатів подібних розробок стали варіанти моделей, які можна назвати еталонними. Переслідуючи мету розвитку,

компанія неминуче змінює як окремі функціональні частини своєї бізнес-моделі, так і, можливо, модель в цілому. Нова, змінена модель може мати істотні відмінності від вихідної, бути потенційно більш ефективною. Це дає підставу на певному інтервалі часу характеризувати її як інноваційну бізнес-модель. На малюнку 1 представлена загальна схема процесу заміни діючої бізнес-моделі інноваційною моделлю. На малюнку 2 наведена типологія еталонних моделей. Такі моделі були запропоновані як типові структурно-функціональні моделі для характерних підходів до перетворення бізнесу на основі інновацій.

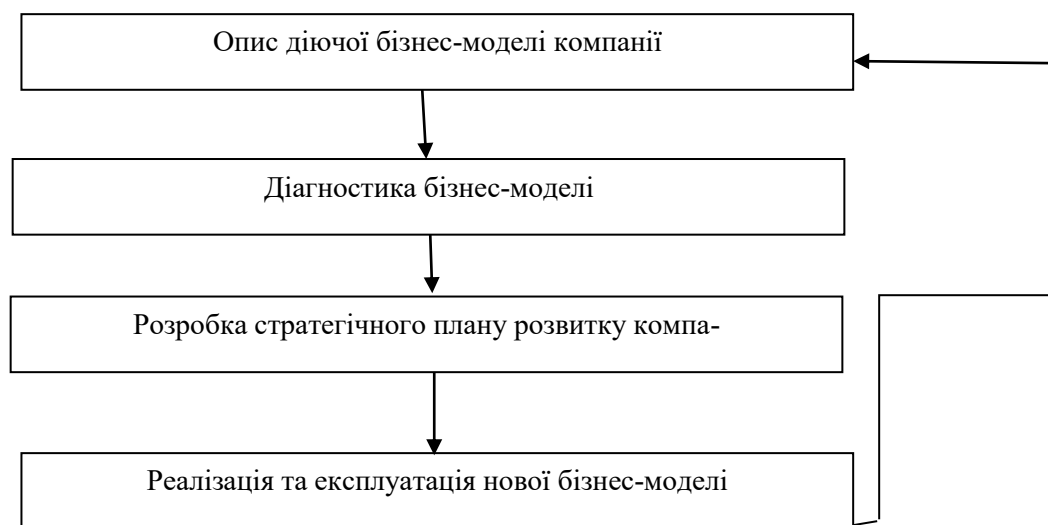


Рисунок 1 Бізнес-модель в системі управління компанією

«Візуальні» інструменти побудови бізнес-моделі відрізняються більш детальним поданням їх компонента. Для прикладу наведемо ряд відомих в історії менеджменту бізнес-моделей, які у відповідні періоди часу були іннованими і забезпечили конкурентні переваги фірмам, які їх розробили і використовували на практиці.

Перша бізнес-модель, яка є однією з основних - бізнес-модель «охоронця магазину»: торговельну точку відкривають там, де є попит на цінність; наступна бізнес-модель, що з'явилася на початку XX ст., - модель «приманки і гака», звана також «модель бритв і лез», так як її творцем вважається виробник аксесуарів для гоління Gillette.

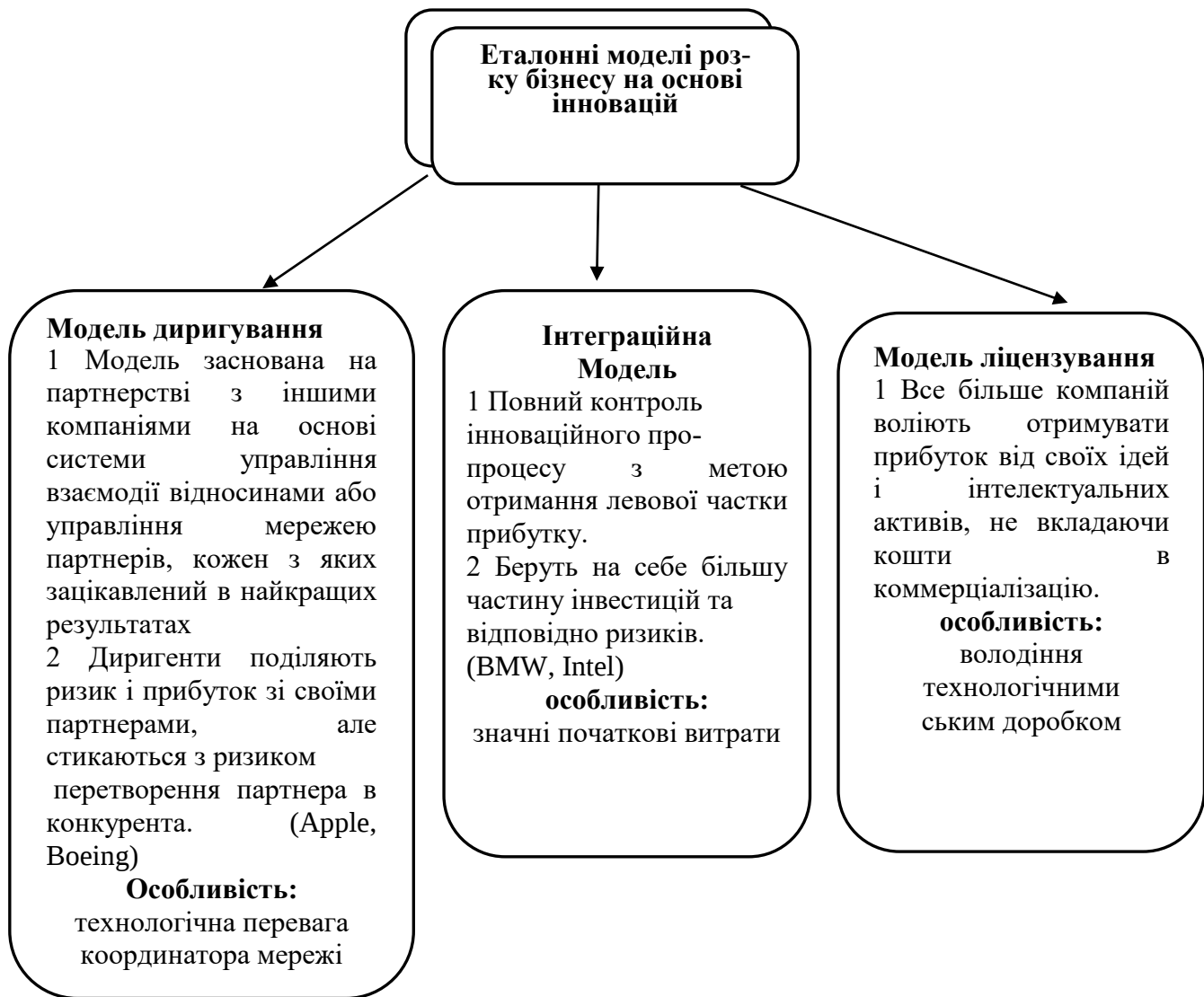


Рисунок 2 Типи еталонних моделей розвитку бізнесу на основі інновацій

У пошуках шляхів підвищення операційної ефективності починаючи з 1950-х р інноваційні бізнес-моделі розроблялися компаніями McDonald's, Toyota, а в 1960-х - Wal-Mart і Hypermarket; в 70-е нову бізнес-модель представив Starbucks. З 1970 по 1990 р широкий розвиток інформаційних технологій сприяло появі інноваційних бізнес-моделей, розроблених такими ІТ-фірмами, як Microsoft, dot-coms, Intel, Dell-Computer, eBay і Amazon.com. В останні роки найбільш ефективні і оригінальні інноваційні бізнес-моделі створені компаніями IKEA, Google, Apple. Всі вищеназвані компанії перевершили своїх конкурентів за рахунок створення бізнес-моделей, що містять нові рішення в функціонуванні основних компонент і опинилися більш прогресивними і ефективними.