

СУЧАСНИЙ ПІДХІД ДО ТРАКТУВАННЯ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ «БІЗНЕС-МОДЕЛЬ ПІДПРИЄМСТВА»

Касатонова І.А., к.е.н., доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Анотація. Сучасний розвиток економіки характеризується стрімким зростанням темпів інформатизації економічних процесів, поширенням масштабів бізнес-планування та бізнес-моделювання.

Важливим елементом управління, який спрощено описує організацію та функціонування всіх дій, спрямованих на створення цінності підприємством, є бізнес-модель. Величезний потенціал можливостей, які надає ефективна бізнес-модель підприємства, привертає все більше уваги теоретиків та практиків управління. Якісна бізнес-модель дозволяє визначити ціннісні уподобання споживачів та знайти способи їх задоволення з метою нарощування цінності самого підприємства. Як показує досвід, досягнення комерційного успіху найчастіше залежить не від технологічних нововведень, а саме від побудови оптимальної бізнес-моделі.

Мета статті полягає в установленні змісту та сутності поняття «бізнес-модель підприємства» та розгляду його складових частин на підставі узагальнення існуючих досліджень з цього приводу та доповнення вже виділених аспектів новими, що відповідають сучасним економічним реаліям. Об'єктом дослідження є бізнес-модель підприємства. Дослідження проводилися шляхом аналізу наукових робіт по темі і меті даної статті, які були надані як зарубіжними науковцями, так і вітчизняними. В роботі використані методи теоретичного узагальнення, аналізу та синтезу інформації.

У статті запропоновано «бізнес-модель підприємства» трактувати як сукупність взаємопов'язаних елементів, які графічно і текстово описують бізнес-процеси перетворення ресурсів, можливостей та інновацій суб'єкта господарювання у його результати у вигляді набуття економічної, соціальної та інших видів цінності та отримання при цьому прибутку.

Сутність даного поняття адаптована до діяльності суб'єкта господарювання і базується на засадах інтегрованого підходу ознак визначення.

Ключові слова: бізнес-модель підприємства, бізнес-моделювання, бізнес-процес, процесний підхід.

THE MODERN APPROACH TO THE CONCEPT OF TRANSPARENCY OF THE CONCEPT "BUSINESS MODEL OF THE ENTERPRISE"

Inna Kasatonova, PhD in Economics, Associate Professor

Kharkiv National Automobile-Highway University

Summary. The actual economic development is characterized by the rapid growth rate of informatization of economic processes, widening of scales of business-planning and business-designing.

An important element of management that simplifies the organization and functioning of all actions aimed at creating an enterprise value is a business model. The huge potential of the opportunities provided by an effective business model of the enterprise attracts more and more attention to the theorists and practitioners of management. A high-quality business model allows determining the value preferences of consumers and finding ways to meet them in order to increase the value of the enterprise itself. As experience shows, achievement of commercial success often depends not on technological innovations, namely on the construction of an optimal business model.

The purpose of the paper is to establish the content and essence of the concept of "business model of the enterprise" and to consider its constituent parts on the basis of the generalization of existing research in this regard and the addition of the already selected aspects of new, relevant modern economic realities. The object of research is the business model of the enterprise. The research was conducted through the analysis of scientific works on the topic and purpose of this article, which were provided by both foreign scientists and domestic. Methods of theoretical generalization, analysis and synthesis of information are used in this work.

The article proposes "business model of the enterprise" to be interpreted as a set of interrelated elements that graphically and textually describe the business processes of transforming resources, opportunities and innovations of the subject of economic activity into its results in the form of acquiring economic, social and other types of value and obtaining with profits.

The essence of this concept is adapted to the activities of the entity and is based on the principles of an integrated approach feature of definition.

Key words: business model of the enterprise, business modeling, business process, process approach.

Постановка проблеми. Головним завданням управління економікою є досягнення максимальної пристосованості підприємств до ринкових умов, які змінюються. Важливим елементом управління, який спрощено описує організацію та функціонування всіх дій, спрямованих на створення цінності підприємством, є бізнес-модель. Величезний потенціал можливостей, які надає ефективна бізнес-модель підприємства, привертає все більше уваги теоретиків та практиків управління. Якісна бізнес-модель дозволяє визначити ціннісні уподобання споживачів та знайти способи їх задоволення з метою нарощування цінності самого підприємства. Як показує досвід, досягнення комерційного успіху найчастіше залежить не від технологічних нововведень, а саме від побудови оптимальної бізнес-моделі. Вирішення проблеми формування бізнес-моделі окремого підприємства потребує встановлення змісту поняття «бізнес-модель підприємства».

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Останнім часом наукові дослідження з тематики бізнес-моделювання підприємств здійснюються достатньо інтенсивно. Значну увагу цьому напряму дослідження приділяють Джоан Магретта, Олександр Остервальдер, А.В. Юрасов, В.В. Царев, А.А. Кантарович, В. Котельников, О.С. Романова.

Аналіз закордонної та вітчизняної наукової літератури довів, що не існує узгодженої трактовки поняття «бізнес-модель підприємства», тому постає задача трактування його на підставі розгляду ознак визначення.

Невирішені складові загальної проблеми. Беручи за основу результати аналізу наукових праць, можна зробити висновок, що науковці, які займаються цією проблематикою, не повною мірою висвітлюють «бізнес-модель» як поняття, їх описи мають узагальнений та неоднозначний характер. Тому стає необхідним та важливим завданням обґрунтування цього поняття і його значення для господарської діяльності підприємства.

Мета статті полягає в установленні змісту та сутності поняття «бізнес-модель підприємства» та розгляду його складових частин на підставі узагальнення існуючих досліджень з цього приводу та доповнення вже виділених аспектів новими, що відповідають сучасним економічним реаліям.

Виклад основного матеріалу дослідження. Століття розвитку інформаційних технологій наклали свій відбиток на еволюційний розвиток практично всіх сфер діяльності людини. Необхідним елементом сьогодення є використання технологій комп'ютерного моделювання у бізнес-освіті, а також моделювання бізнес-процесів на рівні суб'єктів господарювання у вигляді підприємств. Сьогодні недостатньо бути кваліфікованим економістом – потрібно вміти ефективно застосовувати комп'ютерні технології при вирішенні поставлених задач. Моделювання бізнес-процесів, автоматизація економічних і фінансових розрахунків значно скорочує час розв'язання задач і прийняття управлінських рішень, забезпечує точність отриманих результатів [1].

Для успішного ведення бізнесу слід постійно проводити моніторинг середовища, тому існує об'єктивна необхідність переходу від бізнесу-планування до бізнес-моделювання. Але залишається невирішеною проблема прив'язки бізнес-моделі до конкретної ситуації та існуючих факторів специфічного середовища підприємства, бо бізнес-моделювання – трудомісткий процес.

Останні півтора десятиліття значно зріс інтерес у науковців до моделювання діяльності підприємства або бізнесу. Однак існує два підходи:

– підхід, спрямований на зовнішнє оточення організації (моделі орієнтовані на цінність / клієнта);

– підхід, спрямований всередину організації (моделі, орієнтовані на процеси / ролі).

У той же час обчислювальні експерименти з моделями об'єктів дозволяють детально й ґрунтовно вивчити їх у будь-яких умовах, ситуаціях, чого не можна досягти за рахунок використання винятково бізнес-планування. У зарубіжній та вітчизняній економічній літературі єдиного термінологічного підходу до визначення сутності поняття «бізнес-модель підприємства», організаційних і правових форм, області функціонування не існує. Розглянемо більш детально еволюцію наукових підходів до визначення змісту «бізнес-моделі» у таблиці 1.

Вирішення проблеми прив'язки бізнес-моделі до конкретної ситуації в першу чергу потребує встановлення змісту поняття «бізнес-модель підприємства» на підставі узагальнення існуючих підходів провідних вчених.

З урахуванням існуючих ознак наукових підходів у статті запропоновано «бізнес-модель підприємства» (БМП) трактувати як сукупність взаємопов'язаних елементів, які графічно і текстово описують бізнес-процеси перетворення ресурсів, можливостей та інновацій суб'єкта господарювання у його результати у вигляді набуття економічної, соціальної та інших видів цінності та отримання при цьому прибутку.

Таке визначення адаптоване до діяльності підприємства і має у собі елементи новизни, оскільки базується на інтегрованому підході, а саме інтегрує визначення відносно ланцюжка створення цінності, набуття вартості, графічного моделювання. Також автор пропонує розглядати не тільки елементи (внутрішні та зовнішні) діяльності підприємства, а ще й приділити увагу бізнес-процесам підприємства, бо сьогодні вказує на те, що процесний підхід у керуванні є більш ефективним.

Таблиця 1- Еволюція наукових підходів до визначення сутності бізнес-моделі підприємства

№	Представник	Підхід пов'язується із ...	Визначальна риса
1.	Пол Тіммерс 1998 р.	інформаційною індустрією	Зародження моделей електронного бізнесу, систем закупівель, електронного підпису, інтернет-аукціонів [2].
2.	Майкл Льюїс 1999 р.	рекламною індустрією	Модель заробітку через продаж рекламного продукту на веб-сайтах та заохочення їх відвідувачів [3].
3.	Мет Хейг 2001 р.	набуттям вартості	Логічно описує, яким чином організація створює, поставляє клієнтам і набуває вартості – економічну, соціальну і інші форми вартості [4].
4.	В.В. Царев, А.А. Кантарович 2002 р.	ланцюжок створення цінності	Перетворює інновації на економічну цінність для бізнесу, детально описує, як фірма заробляє гроші шляхом чіткого визначення її місця в ланцюжку створення цінності [5].
5.	Джоан Магретта 2002 р.	двома складовим: створення та продаж	Створення: розробка, придбання або виробництво продукту чи послуги; продаж: встановлення та пошук клієнтів, організація продажів, дистрибуція продукту або надання послуги [6].
6.	А.В. Юрасов 2003 р.	графічне моделювання	Сукупність графічних і текстових описів, що дозволяють розуміти, а в разі використання електронних засобів динамічного моделювання імітувати процес управління підприємством [7].
7.	Олександр Остервальдер 2004 р.	генерацією потоків доходів	Концептуальний інструмент, який містить набір елементів та їх взаємозв'язок, архітектуру фірми та її мережу партнерів та маркетингу для того, щоб генерувати прибуткові та стійкі потоки доходів [8].
8.	Майкл Портер 2006 р.	конкурентними перевагами	Конкуренція ринку задає компанії рух за для опису процесів бізнесу та стратегії діяльності [9].
9.	В. Котельников 2007 р.	створення прибутку	Описує, як бізнес позиціонує себе в ланцюжки створення цінності в рамках своєї галузі і як він збирається себе забезпечувати, тобто створювати прибуток [10].
10	О.С. Романова 2008 р.	методом ведення бізнесу	Широкий термін, який використовується для опису методу (позиція в ланцюжку створення цінності, вибір покупця, продукти, ціноутворення) ведення бізнесу[11].
11	Енциклопедія (Wikipedia)	стратегією бізнесу	Створення моделі бізнесу є складовою частиною стратегії бізнесу, концептуальний опис способу створення вартості [12].

Ефективність впровадження системи процесного управління у значній мірі залежить від автоматизації процесу опису та моделювання бізнес-процесів, їх регламентації, створення необхідної документації, розробки методичного інструментарію тощо [13].

Однак традиційно досвід практичної діяльності базується в основному на використанні функціонального підходу. Структуру бізнес-моделі можливо представити у вигляді трьох основних складових:

- *функціональна модель* – бізнес-процеси і події, що ініціюють ці бізнес-процеси, вихідні результати;

- *організаційна модель* – організаційна структура підприємства і ролі, що виконуються у системі управління співробітниками;

- *інформаційна модель* – схема інформаційних потоків у контурі управління, побудована на базі функціональної моделі[14].

Розробку бізнес-моделі доцільно починати з побудови функціональної моделі бізнесу. Необхідно представити управління підприємством у вигляді бізнес-процесів (потоків робіт), що перетворюють дані на вході у вихідні дані, які споживаються іншими процесами або зовнішніми споживачами. Якщо змінюється організаційна модель, то треба оцінити вплив цих змін на функціональну модель і на інформаційну. Така структура бізнес-моделі представляється більш оптимальною, оскільки при її простоті враховується інтегрованість всіх елементів бізнес-системи.

Висновки. У статті критично проаналізовано праці вчених-економістів з питань еволюції наукової думки стосовно сутності бізнес-моделі підприємства, що має елемент дослідження. Науковою новизною дослідження є формування поняття «бізнес-модель підприємства», сутність якого адаптована до діяльності суб'єкта господарювання і базується на засадах інтегрованого підходу ознак визначення його сутності. У роботі також встановлено структуру бізнес-моделі підприємства, що передбачає сукупність функціональної, організаційної і інформаційної моделей певного суб'єкта господарювання. В подальшому необхідним постає розробка методів узгодження елементів функціонування існуючої форми бізнес-моделі з ринковими потребами діючих підприємств різної форми власності взагалі, і зокрема автотранспортної галузі.

Перелік посилань:

1. Лаврова Ю.В. Комп'ютерне моделювання у процесі підготовки спеціалістів за економічним напрямом / Ю.В. Лаврова // Комп'ютерне моделювання в освіті: матеріали V Всеукраїнського науково-методичного семінару. – Кривий ріг: НМетАУ, 2012. – с. 22.

2. Timmers Paul. *Business Models for Electronic Markets* / P.Timmers// *Journal on Electronic Markets*. – 1998. - № 4.

3. Льюис Майкл. Новейшая новинка. История Силиконовой долины. *The New Thing: A Silicon Valley Story* / Майкл Льюис. – М.: Олимп-Бизнес, 2004. – 384 с.

4. МэтХэйг Основы электронного бизнеса / ХэйгМэт [пер. с англ. С. Косихина].- М.: ФАИР-ПРЕСС, 2002. – 208 с.

5. Царев В.В. Электронная коммерция (серия «Учебники для вузов») / В.В. Царев, А.А. Кантарович. – СПб.: Питер, 2002. – 240 с.

6. MagrettaJoan. *Why business models matter* / J.Magretta// *Harvard Business Review*. –2002. - № 5.[Електронний ресурс] – Режим доступу:<https://hbr.org/2002/05/why-business-models-matter>

7. Юрасов А.В. Электронная коммерция: учеб. пос. / А.В. Юрасов. – М.: Дело, 2003. – 480 с.

8. Osterwalder Alex *The Business Model Ontology – a proposition in a design science approach* / Alex Osterwalder. – University de Lausanne, 2004. – 170 с.

9. Портер М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / Майкл Портер [пер. с англ. Е. Калинина]. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 715 с.

10. Котельников В. Новые бизнес-модели [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.cecsi.ru/coach/business_model.html

11. Романова О.С. Современные модели управления компанией: процессный поход / О.С. Романова // Менеджмент в России и за рубежом. – 2008. – № 6. – с. 102 – 106.

12. Бізнес-модель підприємства [Електронний ресурс] – Режим доступу:<https://ru.wikipedia.org/wiki>

13. Криворучко О.М. Особливості впровадження та реалізації процесного підходу до управління підприємствами / О.М. Криворучко, Ю.О. Сукач // Проблеми та перспективи розвитку підприємництва: Збірник матер. VIII Міжнар. наук.-практ. конф. – Харків:ФОП Павлов М.Ю., 2014. – с. 82 – 83.

14. Касатонова І.А. Бізнес-моделювання як підґрунтя для розвитку і укріплення ринкових позицій підприємств/ І.А. Касатонова // Комп'ютерне моделювання в освіті: матеріали V Всеукраїнського науково-методичного семінару. – Кривий ріг: НМетАУ, 2012. – с. 18-19.

Стаття надійшла: 25.06.2017 р.

Рецензент: д.е.н., проф. Дмитрієв І.А.

Рецензент: д. держ. упр., проф. Маліков В.В.