

# ЕФЕКТИВНА БІЗНЕС-МОДЕЛЬ У ПІДПРИЄМНИЦТВІ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ

**Арина НЕСТЕРЕНКО**

(науковий керівник – к.е.н., доц. Дар'я БУТЕНКО)

На сьогоднішній день нестабільність зовнішнього середовища вимагає від суб'єктів підприємницької діяльності детального прогнозування їх стратегічних рішень. Одним з таких інструментів є розробка ефективної бізнес-моделі з урахуванням системи стратегічного розвитку.

Теоретичні та методичні аспекти формування стратегії присвячено праці провідних вітчизняних та зарубіжних вчених, а саме: Г. Мінцберг, В. В. Жихарєва, А. Чандлер, О. С. Виханський, А. Томпсон, Т. Шталь, З. Є. Шершньова.

Бізнес-модель представляє собою стратегічний план, який визначає, як підприємство взаємодіє зі споживачами, розробляє та пропонує свої продукти або послуги, розподіляє свої ресурси, виходить на ринок, створює цінність для клієнтів і генерує прибуток. Поняття «бізнес-модель» вчені та практики часто ототожнюють з поняттям «стратегія». Основні відмінності зазначених категорій представлено у табл. 1.

Таблиця 1

## Порівняльний аналіз понять «бізнес-модель» та «стратегія»

Параметр	Бізнес-модель	Стратегія
Створення цінності і перетворення її в прибуток	Фокусується на створенні цінності і одночасно описує те, як підприємство перетворює створену цінність в прибуток	Фокусується на створенні стійкої конкурентної переваги
Вартість бізнесу	Створює архітектуру перетворення інновацій в економічну цінність для бізнесу, але не відповідає на питання, як перетворити вартість бізнесу в прибуток для власників та акціонерів	Орієнтована на підвищення вартості бізнесу в перспективі
Передбачуваний рівень знання про бізнес-середовище	Створення не вимагає глибоких знань про бізнес-середовище	Адекватність розроблення стратегій залежить від більш важкого аналізу, що вимагає більш повної інформації про середовище, в якому повинно розвиватися підприємство

Отже, бізнес-модель і стратегія тісно пов'язані між собою, проте мають різні фокуси та завдання. Бізнес-модель описує, як підприємницька структура працює, а стратегія визначає, куди вона йде та як планує досягти поставлених цілей.

Слід відзначити, що стратегічне планування визначається як процес моделювання ефективної діяльності суб'єктів підприємництва на тривалий період функціонування. Аналіз наукової літератури [1, 2, 4] надав можливість встановити,

що стратегічне планування є функцією управління суб'єктом підприємства та керує процесом вибору цілей організації та шляхів їх досягнення.

На рис. 1 представлено етапи розробки і вибору стратегії розвитку суб'єктів підприємницької діяльності.

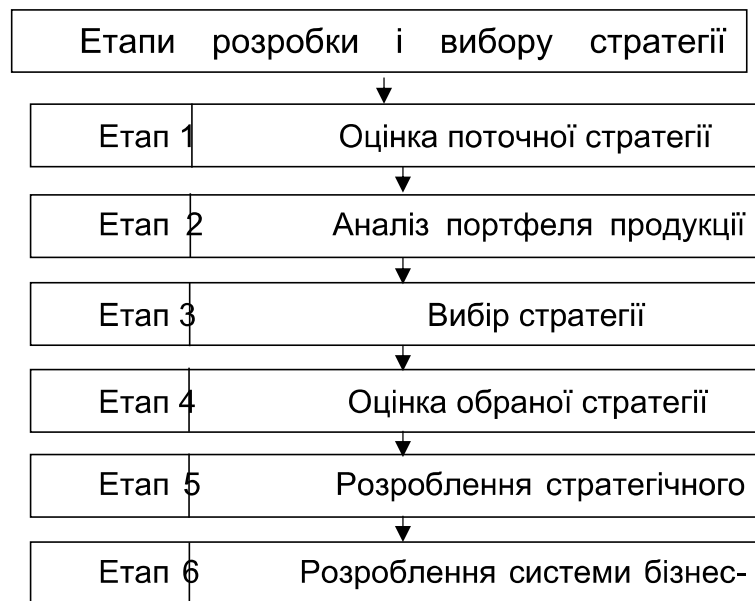


Рис. 1. Етапи розробки і вибору стратегії розвитку

Суб'єктам підприємства необхідно оцінити поточну стратегію та проаналізувати власний портфель продукції або послуг. Вибір нової стратегії припускає виправлення помилок в поточній стратегії та планування подальших дій для досягнення цілей. Всі нововведення структуруються у стратегічний план для розроблення системи бізнес-плану суб'єкту підприємства.

Для суб'єктів підприємницької діяльності стратегічне планування є ключовим джерелом можливостей для підвищення конкурентоспроможності на ринку. Одним з інструментів стратегічного планування є бізнес-модель. Для успішності бізнес-моделі важливо, щоб процеси залишалися в основному суб'єкті підприємницької діяльності і підлягали постійному контролю керівництва, щоб забезпечити їх ефективне виконання навіть у складних економічних умовах.

### Література:

1. Волощук Ю. О. Формування інноваційної бізнес-моделі підприємств / Ю. О. Волощук, В. Р. Волощук // Інфраструктура ринку – 2020. – № 46. – С. 23-30.
2. Єршова О. О. Сучасні моделі управління розвитком бізнесу: сутність, види, інноваційні бізнес-моделі / О. О. Єршова, І. М. Гончаренко // Журнал стратегічних економічних досліджень – 2022. – №2(7). – С. 75-85
3. Жихарєва В. В. Формування стратегії розвитку підприємства в умовах невизначеності / В. В. Жихарєва // Економіка і суспільство. – 2017. – №9. – С. 423-427
4. Костюк І. Бізнес-модель підприємства: визначення, структура та фактори трансформації / І. Костюк // Вісник Львівської комерційної академії. – 2021. – №1(62). – С. 72-81