

П.Л. Гринько, канд. екон. наук, доц. (*ХДУХТ, Харків*)
П. Масаду, магістрант (*ХДУХТ, Харків*)

ОСНОВНІ РІЗНОВИДИ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ ПІДПРИЄМСТВА

За рівнем складності внутрішніх зв'язків бізнес-моделі можуть бути локальними (без взаємного зв'язку функцій та/або процесів конкретного підприємства, що моделюється) або інтегральними (з взаємним зв'язком функцій і процесів цього підприємства).

Виробнича модель направлена на виробництво максимальної кількості продукції. Вона використовує інформаційну базу виробничих відділів, дані про стан фінансів, персонал та маркетингову діяльність підприємства.

Така модель застосовується, як правило, підприємствами-монополістами та підприємствами, що реалізують державні замовлення, для яких головним критерієм успіху є продуктивність виробництва.

Ринкова модель має на меті ефективне пристосування підприємства до потреб конкретного ринку. Для цієї моделі застосовується фактично ті ж інформаційні джерела, що і у першому випадку. Таку модель використовують багато сучасних національних підприємств, особливо у малому і середньому бізнесі, внаслідок нестабільної ринкової ситуації у країні і неможливості для цих підприємств реально змінювати стан цієї ситуації.

Маркетингова модель направляє вектор основних зусиль на формування діяльності підприємства відповідно до вимог ринку та споживачів, використовуючи попередні інформаційні джерела, але надаючи суттєву перевагу сегменту активної маркетингової діяльності підприємства і перетворюючи його у ефективний інструмент боротьби за ринок.

Інноваційна модель має своєю метою виявлення і задоволення основних вимог споживачів відповідно до усіх можливостей підприємства за рахунок використання інструментів активного розвитку ринку. Це реалізується акцентом на залученні персоналу як носія інтелектуального капіталу в якості активного елемента виробничої системи з метою формування нових ефективних бізнес-ідей. Крім попередніх інформаційних джерел, у цій моделі широко застосовуються дані про потреби та поведінку споживачів.

Споживацька модель направлена на повне забезпечення усіх вимог споживачів. Можна сказати, що ця модель є результатом однобічного (гіпертрофованого) розвитку інноваційної та компромісної моделей з акцентом виключно на усі можливі забавки

споживачів. У цій моделі споживач і його ринкова поведінка займають центральне місце, підпорядковуючи собі виробництво, ресурси (у тому числі фінанси і персонал) і маркетингову діяльність підприємства.

Фінансова модель підприємства містить розрахунки потреб у фінансуванні, графіки погашення кредитів, надходжень і витрат. Вона дозволяє оцінити передбачувані сценарії розвитку подій, встановити вплив показників платоспроможності споживачів продукції на грошові потоки підприємства, визначити обсяги необхідного додаткового фінансування та оцінити вартість та відповідальність за залучення цього фінансування. Недоліком моделі є те, що вона не пов'язана з технологією виробництва.

Економічна модель підприємства описує економічні засади ведення бізнесу, пов'язує основні параметри діяльності підприємства один з одним та з фінансовим результатом, враховує технологічні особливості і обмеження виробництва. Вона містить розрахунки собівартості продукції, визначає залежність собівартості від основних показників, дозволяє прогнозувати випуск продукції, керувати ціною, прибутком і ефективністю виробництва, а також визначає порогові значення параметрів, що вимагають прийняття вагомих управлінських рішень. Недоліком моделі є те, що вона не враховує фінансові ризики у вигляді невідповідності фінансування та переривання грошових потоків.

Фінансово-економічна модель містить в собі обидві моделі і дозволяє на основі економічної моделі будувати прогноз руху коштів, оцінити обсяг і терміни надходжень коштів та розрахувати показники ефективності основної діяльності. Цією моделлю користуються для розробки моделі бюджету підприємства, експертизи бізнес-проектів, оцінювання витрат на проекти та моделювання інших локальних виробничих ситуацій.

Ці моделі реалізуються трьома основними шляхами, що забезпечують ключові підходи до формування бізнес-моделей підприємства. Перший (функціональний) – це детальний опис послідовності дій, що необхідно зробити працівникам для досягнення; другий (процесний) підхід дозволяє синтезувати бізнес підприємства і сформулювати необхідний перелік робіт; третій (комбінований) підхід розглядає процеси на підприємстві як послідовний внесок у створення продукту як цінності, що має забезпечити підприємству відповідну конкурентну перевагу на ринку.