

УДК 330:004

Кульчицький В.Р., Дерманська Л.В.

Чортківський навчально-науковий інститут підприємництва і бізнесу ТНЕУ

ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Kulchytskyi V.R., Dermanska L.V.

FORMATION OF BUSINESS MODELS IN DIGITAL ECONOMICS

Виникнення цифрової економіки є фактором значних змін не тільки в виробничих системах, які грають важливу роль у формуванні національного доходу, а й визначають майбутні зміни на різних ринку. Вітчизняним компаніям доводиться стикатися з новим викликом з боку нововведень, обумовлених розвитком цифрової економіки. Для того щоб залишатися конкурентоспроможними і стійкими на ринку, компаніям слід впровадити або використовувати ІТ-технології, щоб йти в ногу з часом. Завдяки впровадженню ІТ-технологій компанії не тільки зазнали зміни, але також розширили межі і відкрили нові напрямки для свого бізнесу.

Бізнес-модель описує, як суб'єкт господарювання веде свій бізнес, але виникає питання, як нові бізнес-моделі вписуються в економічну або ринкову систему розподілу ресурсів між суб'єктами, які беруть участь в системі. Економічні моделі описують галузеву структуру економіки, структуру і межі між підприємствами і ринками. Участь фірми в економічній системі впливає на те, як вона веде бізнес, тому бізнес-моделі вкладені в економічні моделі.

Інноваційні бізнес-моделі, засновані під впливом цифрової економіки та на основі програмних та інтернет-технологій в даний час відносно легко сприймаються новими підприємствами і стимулюють зростання економіки. Діючі підприємства, які не беруть участі в цифровій трансформації, ризикують втратити конкурентоспроможність.

Бізнес-модель являє собою опис логічних механізмів, що показують, як організація або підприємство генерує цінності для клієнтів в економіці, звертається до клієнтів і забезпечує зростання економічної цінності бізнесу в державному так і регіональному масштабі [2, с.172].

В цілому бізнес-модель включає три компоненти:

1) цінність пропозиції, що формується підприємством, яка може бути продуктом або послугою;

2) створення цінності, яка представляє собою досвід продукту або послуги з боку клієнта;

3) потік ресурсів, який може бути визначений як спосіб отримання прибутку.

Впровадження нових та інноваційних бізнес-моделей або внесення змін в існуючі стосується не тільки використання ресурсів, технологій і навичок в організації, але також організаційних структур, асортименту продуктів і послуг та цільових груп клієнтів.

Інноваційні бізнес-моделі пов'язані з конкретними технологіями, які засновані на додатках програмних і інтернет-технологій, в основі таких бізнес-моделей лежить інтенсивне використання Інтернету.

Важливість послуг, заснованих на даних, продовжує зростати. Персональні дані клієнтів або користувачів цифрових послуг стали важливим ресурсом, оскільки вони забезпечують довгостроковий доступ до кінцевого споживача. Це робить підприємства з великою кількістю користувачів особливо привабливими для багатьох інвесторів. У

той же час в умовах формування цифрової економіки користувачі представляють собою важливе джерело інновацій для компаній.

У сфері цифрової економіки має місце ряд тенденцій світового масштабу, які необхідно брати до уваги в процесі формування бізнес-моделей:

- зростаюче значення користувачів і доступу до кінцевого клієнта в створенні вартості;

- розширення цифрової економіки - подолання просторової і галузевої обмеженості;

- зростання числа стартапів на основі цифрових технологій;

- можливості використання нових процесів для розробки продуктів і НДДКР в компаніях;

- зміна поведінкових моделей учасників соціально-економічних процесів в умовах цифрової економіки.

Найбільш високим потенціалом ефективного узгодження попиту і пропозиції володіє бізнес-модель краудсорсингу, яка може бути використана не тільки на ринках реальних товарів і комерційних послуг, але і в сфері державних послуг, у тому числі, на рівні регіональних органів влади.

Промислова політика та інституційний розвиток повинні являти собою механізм балансування темпів розвитку технологічних змін і швидкості адаптації до них, що дозволить зберігати соціальну стабільність і уникнути поспішної реалізації недостатньо виважених рішень як технологічних, так і політичних.

Зокрема, цифрова економіка розширює потенціал розвитку регіону, створюючи при цьому ряд необмежених у часі зобов'язань і витрат, джерела покриття яких повинні плануватися і своєчасно виявлятися. В умовах цифрової економіки регіони можуть виступати як самостійні суб'єкти глобальних процесів, що переносить міжрегіональну конкуренцію за межі національної економіки - в глобальний цифровий простір.

Щодо України, то існують фінансові бар'єри для роботи українських компаній на глобальних ринках, а саме в частині безперешкодного отримання коштів на рахунки, відкриті в Україні; наявність законодавчих перепон для поширення ідеології спільної економіки на внутрішніх ринках.

Вирішення ряду існуючих проблем дозволить становленню цифрової економіки, що стане головним інструментом для досягнення стратегічної цілі України — збільшення ВВП у 8 разів, до 1 трлн дол. у 2030 р., та забезпечення добробуту, комфорту та якості життя українців на рівні, вищому за середній показник у Європі [1].

Основними тенденціями розвитку цифрової економіки в Україні, що мають реалізуватися у середньостроковій є: електронна взаємодія бізнесу (e-contracting, e-invoicing, e-docflow); платформи електронних послуг для бізнесу (LegalTech, FinTech, InsurTech, зокрема з використанням технологій блокчейн (смарт-контракти тощо); платформи e-supply chain та смарт-логістики; платформи забезпечення життєдіяльності (освітнянські, медичні, транспортні, громадської безпеки, моніторингу екології); промислово-виробничі цифрові платформи (галузеві та міжгалузеві системи управління виробничими та іншими процесами) [1].

Список використаних джерел:

1. Україна 2030e – країна з розвинутою цифровою економікою. URL: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html>

2. Чмерук Г. Особливості формування бізнес-моделі підприємства./ Г. Чмерук // Економічні науки. – Серія «Облік і фінанси». – 2016. – Вип. 12. – С. 170–178.