

## **ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ КОНКУРЕНТНОГО РИНКУ**

**Пилипенко Олена Сергіївна**

*кандидат економічних наук,*

*доцент кафедри управління та адміністрування,*

*Державний вищий навчальний заклад*

*«Донбаський державний педагогічний університет»*

Інноваційний розвиток є необхідною умовою успіху сучасного промислового підприємства. Ускладнення та динамізм зовнішнього середовища господарювання, кризові явища, підвищення конкурентної боротьби вимагають від підприємств відповідної моделі поведінки через реалізацію інноваційних змін у продуктах та послугах, технологіях у ключових бізнес-процесах. Тому важливим є становлення й реалізація принципово нової системи стратегічного управління інноваційним розвитком підприємства – активного пошуку, формування та розвитку інноваційних спроможностей, створення та використання стратегічних можливостей на засадах теоретичної бази, нових концептуальних ідей, підходів, методичного інструментарію [4].

Довгостроковий успіх будь-якого підприємства залежить від його вміння пристосовуватися до зовнішніх викликів ринку та формувати і реорганізувати існуючу бізнес-модель за допомогою інновацій, змінюючи застарілу бізнес-модель на більш сучасну. У сучасних умовах підприємства не можуть обмежитися інноваційним продуктом чи процесом, потребують формування інноваційних бізнес-моделей стратегічного розвитку.

Дослідження різних науковців доводять, що в інноваційній бізнес-моделі закладено набагато більший потенціал успіху, ніж в інноваційні процеси чи продукти [5]. Тому підприємствам, які прагнуть зберегти лідируючі позиції на ринку, варто оновлювати існуючу бізнес-модель у два рази частіше, ніж інші компанії.

Завдяки інноваційному підходу визначається та оцінюються потреби споживачів, а далі визначається, де має місце висока зона прибутку, як його можна отримати в максимальному обсязі; потім визначається напрям діяльності, а також те, як отримати високу ринкову частку згідно з вибраним напрямом; відбувається система способів організації, захисту та підтримки високої зони прибутку інноваційно активних підприємств [3].

Величезну роль у побудові сучасних моделей бізнесу відіграють інновації. Сучасна бізнес-модель є такою конструкцією, що трансформує інноваційні технології в економічні вигоди для підприємства та високу споживчу цінність для клієнтів [1].

Бізнес-модель може бути загальною (типовою) для більшості компаній галузі, або інноваційною, яка притаманна лише певній компанії галузі. Управлінська проблема полягає в тому, будь-яка самостійна компанія в галузевий бізнес-системі може займатися пошуком альтернативних способів виконання функцій, властивих іншим ланкам бізнес-системи, для здобуття більшого прибутку. Відповідно, за охопленням основних складових бізнес-системи всі компанії можна поділити на три групи (три види бізнес-моделей):

1. Компанії повного циклу: охоплюють усі або більшу частину робіт зі створення, організації виробництва, просування і збуту продукції. У світовій практиці повний цикл робіт мають, як правило, великі диверсифіковані компанії інноваційного типу, а також вертикально інтегровані компанії. Таким компаніям властиві як продуктові, так і технологічні інновації. Проте, навіть такі компанії все частіше використовують аутсорсинг і мережеве партнерство.

2. Компанії, які займаються розробкою продукції, дослідним виробництвом, можливо – брендингом, а інші функції віддають на аутсорсинг. Такі компанії, як правило, працюють над продуктовими інноваціями, при цьому технологічні інновації можливі в рамках створення нових моделей продукції. Тобто це компанії, що працюють на ринку споживчих товарів масового попиту. Основи стратегій таких компаній лежить розподіл функцій між компанією та її партнерами: компанія залишає за собою наукоємні та маркетингові функції, передаючи виробництво і збут продукції своїм партнерам на умовах аутсорсингу. Такий підхід забезпечує мобільність й інноваційність бізнесу.

3. Компанії, які організують виробництво на основі чужих розробок і, можливо, під чужими торговельними марками (контрактні виробництва). Ця група компаній неоднорідна за своїм складом, оскільки до неї входять, з одного боку, компанії-імітатори, які купують уже готові розробники, а з іншого – підприємства, які виконують замовлення компанії другої групи. Це поширена світова практика. Конкурентною перевагою таких підприємств є низькі витрати у зв'язку з використанням сучасного устаткування та дешевої робочої сили. Таким компаніям найчастіше властиві технологічні інновації, спрямовані на скорочення витрат виробництва [2].

Таким чином, інноваційні бізнес-моделі доцільно будувати на основі інтегрованого стратегічно-орієнтованого підходу, який враховує взаємозв'язок довгострокових цілей розвитку підприємства із зовнішнім середовищем, ефективного функціонування бізнес-процесів та їх взаємодії.

Чотири виміри, що вимагають змін в контексті перетворення бізнес-моделі підприємства:

1. Діючи лінійні інноваційні моделі. Побудовані на фундаментальних та прикладних дослідженнях і результатах НДДКР, трансформуються у просторові інтерактивні моделі, що створюють нові ідеї, комерціалізують їх через нелінійну взаємодію учасників інноваційного процесу, а саме науки, бізнесу організації, органів влади, а також через максимальну персоніфікацію продукції для споживачів. Ця модель має назву «четверна спіраль». Вона сприяє налагодженню потоку знань і поглибленню взаємодії важливих елементів інноваційного процесу.

2. Диверсифікація видів діяльності виробниками, удосконалення виробництва, модернізаційні процеси, застосування нових технологій, програмного забезпечення, використання соціальних медіа та мобільних додатків, розширення спектру послуг і після продажного сервісу дають змогу ланцюгам доданої вартості подовжуватися та вдосконалюватися.

3. Розвиток і застосування цифрових технологій, інноваційних продуктів у виробництві та логістиці. Вони сприяють розвитку аутсорсингових процесів, дають змогу скоротити транзакційні витрати підприємств і поглибити виробничі, інформаційні та комерційні зв'язки. Між учасниками у складі ланцюгів доданої вартості, підвищення рівня розвитку цих зв'язків дає змогу залучати нових учасників.

4. Поглиблення головної ролі мультинаціональних компаній, які мають значний інноваційно-інвестиційний, експортний потенціал порівняно з малими і середніми підприємствами, а також, мають забезпечити розвиток підприємств-постачальників сировини і проміжної продукції, надавачів необхідних послуг, сервісних послуг, зокрема через механізми аутсорсингу [3].

Таким чином, інноваційні бізнес-моделі доцільно будувати на основі інтегрованого стратегічно-орієнтованого підходу, який враховує взаємозв'язок довгострокових цілей розвитку підприємства з його внутрішнім і зовнішнім середовищем, ефективного функціонування бізнес-процесів та їх взаємодії.

#### **Список використаних джерел:**

1. Ватченко О.Б., Ватченко Б.С., Черевко О.Л. Інноваційний розвиток підприємства: навч. посіб. Дніпро : Акцент ПП. 2017. 404 с.
2. Волошук Ю.О., Волошук В.Р. Формування інноваційної бізнес-моделі підприємств. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 46. С. 23–30.
3. Джеджула В.В., Єпіфанова І.Ю., Цвик О.Г. Інноваційна діяльність як чинник конкурентоспроможності підприємств. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 4. С. 5–8
4. Кравченко М.О., Прудкий В.В. Бізнес-модель як основа впровадження інновацій на підприємстві. *Економіка та держава*. 2019. № 12. С. 138–142.
5. Мицюк С.В. Конкурентоспроможність вітчизняної продукції: проблеми та перспективи: дисер. канд. ек. наук: 08.10. Київ, 2012. 304 с.