

*КАНОВА О.А., канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту,
бізнесу і адміністрування*

Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця

ПОРІВНЯННЯ ПОШИРЕНИХ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ

Бізнес-модель відображає логіку та ключові елементи, через які компанія створює, надає та отримує цінність для клієнтів і стейкхолдерів у конкурентному середовищі. Вона є схемою, що описує, як організація функціонує, визначаючи основні дії, ресурси та процеси для досягнення цілей. Загальне розуміння структури бізнес-моделі та взаємодії її елементів ґрунтується на визначенні та аналізі ключових складових. Відповідно, метою даної роботи є порівняння поширених методів опису бізнес-моделей.

Бізнес-модель Canvas А. Остервальдера та І. Пінье [1] акцентує увагу на дизайні й інноваціях, пропонуючи структуровану основу для візуалізації бізнес-моделей. Вона складається з чотирьох блоків: 1) взаємодія з клієнтами – охоплює сегменти клієнтів, відносини з ними та канали комунікації, визначаючи способи надання цінності; 2) ціннісна пропозиція – визначає продукт або послугу, що задовольняють потреби клієнтів; 3) управління інфраструктурою – включає ключові ресурси, діяльності та партнерства для забезпечення ціннісної пропозиції; 4) фінансові аспекти – охоплюють джерела доходів і структуру витрат. Canvas відома своєю зрозумілістю, спрощуючи опис, аналіз і комунікацію бізнес-моделей.

Бізнес-модель «Чотири блоки» М. В. Джонсона [2] подібна до Canvas Остервальдера, але акцентує увагу на інтеграції клієнтських аспектів у загальну структуру, підкреслюючи взаємозалежність елементів. Її основні компоненти: 1) ціннісна пропозиція – визначає пропозицію, що вирішує потреби клієнтів; 2) формула прибутку – охоплює модель доходів, структуру витрат і цільовий прибуток; 3) ключові ресурси – включають

партнерства, які підтримують операційну та фінансову діяльність; 4) ключові процеси – забезпечують узгодженість із ціннісною пропозицією та фінансовими цілями. Модель Джонсона вирізняється деталізованим аналізом операційних і фінансових аспектів, сприяючи глибшому розумінню функціонування бізнесу.

Підхід Г. Чесбро [3] пов'язує бізнес-моделі з технологічними інноваціями, розглядаючи їх як основу для перетворення технологій у економічну цінність. На відміну від моделей А. Остервальдера та М. В. Джонсона, Г. Чесбро акцентує на ціннісній мережі, яка включає клієнтів, постачальників і стейкхолдерів. Його модель інтегрує конкурентну стратегію, підкреслюючи взаємозв'язок технологій і бізнес-стратегії у створенні цінності. Зосереджуючись на ціннісній мережі та стратегічних аспектах, підхід Чесбро забезпечує ширший погляд на використання інновацій для досягнення конкурентних переваг і економічного зростання.

Бізнес-модель М. Г. Морріса [4] акцентує увагу на фінансових аспектах та ролі підприємництва. Як і модель Джонсона, вона включає детальний фінансовий аналіз, але також інтегрує конкурентну стратегію та особистісні чинники підприємця. Морріс наголошує на внутрішній та зовнішній узгодженості елементів для успішної бізнес-моделі. Підхід Морріса підкреслює взаємозв'язок між елементами та вплив власних рішень підприємця на функціональність і ефективність бізнес-моделі.

Отже, можемо зробити висновок, що поширені бізнес-моделі мають різний фокус та структуру залежно від їхньої мети. Вибір підходу до розробки та опису бізнес-моделі залежить від конкретних завдань компанії та особливостей її діяльності.

Список літератури:

1. *Osterwalder A., Pigneur Y. Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers. Hoboken, New Jersey, U.S.: John Wiley and Sons, 2010. 288 p.*
2. *Johnson M. W., Christensen C. M., Kagermann H. Reinventing your business model. Harvard Business Review. 2008. Vol.*

86(12). P. 50-59. **3.** *Chesbrough H.* Open business models: How to thrive in the new innovation landscape. Boston, MA: Harvard Business School Press. 2006. 272 p. **4.** *Morris M., Schindehutte M., Allen J.* The entrepreneur's business model: Toward a unified perspective. *Journal of Business Research*. 2005. Vol. 58(6). P. 726-735.