

Тупікова К. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**БІЗНЕС-МОДЕЛІ ДЛЯ СТАРТАПІВ:
ТЕОРІЯ ТА УСПІШНІ СВІТОВІ ПРИКЛАДИ**

Одним з ключових факторів життєспроможності будь-якого бізнесу на світовому економічному ринку є відповідність потребам самого ринку і споживачів. Але не менш важливим фактором можна назвати те, як підприємець буде заробляти гроші і у цьому ключі і відкривається важливість бізнес-моделей. В сучасних умовах для успішного функціонування та конкурентоспроможності компанії, слід обирати оптимальні, при даних зовнішніх та внутрішніх чинниках, бізнес моделі.

Бізнес-модель – спрощене уявлення про бізнес, джерела його доходів, створення вигоди для користувачів. Бізнес-модель демонструє те, як компанія створює, поставляє продукцію клієнтам і набуває вартісної компенсації. Термін "бізнес-модель" вживається в широкому спектрі визначень для характеристик основних аспектів бізнесу, включаючи мету бізнесу, продуктовий ряд, стратегію, інфраструктуру, організаційну структуру, способи продажів, операційні процеси [1]. Термін «бізнес-моделі» отримав ширшого значення з розвитком комп'ютерних та електронних технологій.

Найбільш повний аналіз понятійного апарату бізнес-моделей представлений у роботах таких авторів, як: Стрекалова Н.Д., Третяк О.А., Кліманова Д.Е., Остервальдер А., Піне І., Ч. Туччі тощо[2].

Стартапи, при сучасному розвитку ринку, можуть успішно зайти на арену не лише через «ідеальний» продукт, але й з допомогою інноваційної бізнес-моделі, ефективної монетизації бізнесу та «виділення серед сірих мас». Створенням новаторських видів моделей бізнесу нині займаються не лише окремі спеціалісти, але й крупні фірми, наприклад, Amazon, Apple, Skype, Netflix, Starbucks тощо.

Хоча підприємці і можуть користуватись шаблонними стандартними бізнес моделями, але за останні 50 років кількість інноваційних варіантів значно зросла. До них можна віднести:

– Freemium ("Почни користуватися безкоштовно") полягає у наданні базового пакету послуг безкоштовно, при цьому більш розширені параметри та функції мають бути куплені споживачем у вигляді преміальної підписки. Приклади компаній-новаторів: Dropbox, Spotify, Skype;

– Long Tail ("Довгий хвіст") працює за принципом « продавати багато чого потроху», йде на перекір з законом Парето 80/20, а, також, має за мету отримання більшої частини прибутку не від товарів-блокбастерів, а від нішевих товарів (так званого довгого хвоста). Приклади компаній-новаторів: Apple, Netflix, YouTube;

– Lock-In ("Бритва і лезо"). Дана концепція була вигадана Джоном Рокфеллером і полягала у продажі недорогої керосинової лампи і дорогої олії (виробляла дані товари одна фірма). Покупець ніби потрапляє у залежність від продукції певного бренду і не може (утому числі фінансово) перейти на іншу продукцію. Найбільшого успіху дана модель зазнала після впровадження в компанії Gillette;

– P2P (Peer-to-Peer) "Ти мені – я тобі" / Без посередників основана на взаємодії окремих людей, об'єднаних у групу певним організатором, який і забезпечує місце та можливості для подальшої взаємодії. Приклади компаній-новаторів: Олх, eBay, Авіто [3].

– Кастомізація. Великі компанії продовжують освоєння стартапів та вводять інноваційні бізнес-моделі. Наприклад, відомий Nike використовує вже створені власні товари, доповнюючи її особливими елементами, аби індивідуалізувати кожного покупця [4].

Як сказав Ів Пиньє та Олександр Остервальдер у своїй книзі «Побудова бізнес-моделей. Настільна книга стратега і новатора»: «...Бізнес-модель – це те, що відрізняє вас від інших, це ваша унікальність, виражена через взаємозв'язку

між самими критичними факторами вашого успіху. Бізнес-модель важливіше місії, стратегії та плану грошових потоків. Це основа вашого конкурентної переваги». Тому при створенні і впровадженні стартапу у будь-якій ніші ринку, важливо приділяти увагу не лише якісним характеристиками товару, але й моделі, за якою ви будете дану продукцію монетизувати.

Список використаних джерел:

1. Юшкевич Н. Бизнес-модели для стартапа: обзор [Елект.ресурс]//Vc.ru: електронний журнал (Финансы).-2020.-URL:<https://vc.ru/finance/123807-biznes-modeli-dlya-startapa-obzor> (дата звернення 25.02.2021)
2. Горева Е.С.Управление бизнес моделью: становление концепции и современные тренды//Российское предпринимательство.-2016.-Т.17.-№16.-С.1925-1944.- Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-biznes-modelyu-stanovlenie-kontseptsii-i-sovremennye-trendy/viewer>(дата звернення 25.02.2021)
3. Крицька М. 17 бизнес-моделей. Придумать новую или использовать старую? [Елект.ресурс]//Контур: електронний журнал.-2017.-URL: <https://kontur.ru/articles/5030> (дата звернення 25.02.2021)
4. Ильченко Є. 12 прорывных бизнес-моделей, которые изменили рынок [Елект.ресурс]//Vc.ru: електронний журнал(Маркетинг).-2019.-URL:<https://vc.ru/marketing/55296-12-proryvnyh-biznes-modeley-kotorye-izmenili-rynok>(дата звернення 25.02.2021)

Чорна І. А.

Дніпровський державний аграрно-економічний університет (Україна)

**ІННОВАЦІЙНИЙ ПІДХІД ДО СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ
В АГРАРНІЙ СФЕРІ**

В умовах динамічних змін, які пов'язані зі специфікою ведення підприємницької діяльності в сільськогосподарській галузі, все більше виникає потреба пошуку нових методів та підходів до управління аграрним підприємством, особливо в галузі рослинництва, зважаючи на сезонність та ризиковість даної сфери. Існує необхідність застосовувати стратегічні рішення, які надаватимуть можливість підприємствам збільшувати продуктивність виробництва, одночасно зменшуючи витрати на нього. В таких умовах все більшого розповсюдження