

УДК 330.46

DOI: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2023.15.21>**Лобода О.М.**

кандидат технічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту та інформаційних технологій,
Херсонський державний аграрно-економічний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9826-9443>

Кириченко Н.В.

кандидат економічних наук, доцент,
завідувач кафедри менеджменту та інформаційних технологій,
Херсонський державний аграрно-економічний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1721-258X>

Loboda Olena, Kyrychenko Natalia

Kherson State Agrarian and Economic University

АНАЛІЗ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ В ЦИФРОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

ANALYSIS OF BUSINESS MODELS IN THE DIGITAL ECONOMY

Стаття присвячена вивченню бізнес-моделей, які можуть бути суттєвими завдяки використанню невідомих нових підходів до організації свого бізнесу. Робота пропонує основи інноваційної бізнес-моделі, приймаються основні типи електронної комерції бізнес-моделей, і їх детальні функції надаються. Були визначені компоненти та специфічні особливості бізнес-моделей окремих світових лідерів. Стаття присвячена підприємцям та дослідникам у галузі інновацій у цифровій економіці. Вивчені спеціальні функції практичного використання найважливіших бізнес-моделей інновацій компанії, що використовують Інтернет-технології. Розглянута організація, яка повинна постійно вдосконалювати свої бізнес-процеси і постійно шукає найкращі бізнес-моделі для підвищення конкурентоспроможності та доходу. Доведено, що організація повинна постійно вдосконалювати свої бізнес-процеси і постійно шукає найкращі бізнес-моделі для підвищення конкурентоспроможності та доходу. Показано, що існує нова форма інновацій, яка відрізняється від продукту чи технологічних інновацій. Бізнес-модель можна охарактеризувати як повну систему продуктів/послуг та інформаційних потоків, включаючи кожного учасника відносин та їх роль у ньому, а також потенційні переваги індивідуальних та відповідних джерел.

Ключові слова: інновації, бізнес-модель, Інтернет-технології, електронна комерція, компанія.

The article is devoted to the study of business models that can be significant due to the use of unknown new approaches to the organization of one's business. The work offers the basics of an innovative business model, the main types of e-commerce business models are adopted, and their detailed functions are provided. The components and specific features of the business models of individual world leaders were determined. The article is dedicated to entrepreneurs and researchers in the field of innovation in the digital economy. The special functions of the practical use of the most important business models of innovations of companies using Internet technologies are studied. Considered an organization that must constantly improve its business processes and is constantly looking for the best business models to increase competitiveness and revenue. The special functions of the practical use of the most important business models of innovations of companies using Internet technologies have been studied. It has been shown that since the relationship with consumers can be maintained for a long time and the volume of business is much larger than before, you do not need to rely on the traditional method of paying the customer for each individual service. Initially, some services may be provided when attracting new customers, and then receive some profit at the expense of other services. Such changes in the information model of consumer services have stimulated many innovations and offered many different opportunities for business. The era of mobile Internet, large amount of data and artificial intelligence is an irresistible trend for today. It is proven that the organization must constantly improve its

business processes and is constantly looking for the best business models to increase competitiveness and income. It is shown that there is a new form of innovation that differs from product or technological innovation. A business model can be characterized as a complete system of products/services and information flows, including each participant in the relationship and their role in it, as well as the potential benefits of individual and relevant sources.

Key words: *innovation, business model, Internet technologies, electronic commerce, company.*

Постановка проблеми. Бізнес-інновації привернули велику увагу й тісно пов'язані з розширенням та використанням Інтернету в діловому світі з середини. Розвиток інформаційних технологій та просування Інтернету призвели до конкуренції за інновації бізнесу на безпрецедентному рівні. Технології Інтернет-медійних шляхів є своєрідною характеристикою інноваційної творчості. Наприклад, він має багато функцій, завдяки цим характеристикам, Інтернет змінив основне середовище та переписав економічні правила, зазначені на початку цифрової економіки.

Інтернет дозволив використовувати велику кількість інноваційних бізнес-методів і був створений на основі ряду нових компаній. Деякі компанії, такі як Yahoo, Amazon та eBay, успішно вийшли на ринок і протягом декількох років досягли високого рівня розвитку. Багато власників бізнесу негайно стали мільйонерами або навіть мільярдерами, що призвело до сильного демонстраційного ефекту. Їх спосіб отримати дохід, очевидно, відрізняється від можливостей заробляти гроші в традиційних компаніях. Як результат, термін «бізнес-модель» став популярним. Він використовується для опису того, як ці компанії отримують дохід. Створення нових Інтернет-компаній також глибоко вплинуло на багатьох традиційних компаній. Наприклад, Amazon стала найбільшим у світі роздрібним торговцем протягом декількох років. Він створив серйозні завдання для традиційних книжкових магазинів та створив інноваційні бізнес-моделі, які демонструють високу відповідальність та конкурентоспроможність. Незалежно від того, компанія готується до проєктів, чи вже працює на існуючих ринках, вона надає фундаментальну можливість заробити гроші та подумати про свій бізнес, особливо під час економічних перетворень та/або криз.

Останніми роками в бізнесі нічого особливого, але в останні роки все більше уваги приділяється. Це пов'язано з тим, що бізнес-модель була створена для глобалізації, і з'явилися багато «нових» та «креативних» компаній, і їх зовнішній вигляд пояснюється інноваціями (включаючи надзвичайні та цінні), здатність скинути багато традиційних компаній та профілю процеси.

Щоб зрозуміти, що бізнес-модель – це інновація, ми враховуємо суть бізнес-моделей. Бізнес-модель – це ключове слово, яке описує нову компанію в цифровій економіці. Тим не менш, його використання обмежене не лише онлайн-промисловістю, але й в інших галузях, не лише підприємцями, але й технічними фахівцями, адвокатами, інвесторами, академічними дослідниками та іншими. Термін «бізнес-модель» став популярним, коли вибухонебезпечні місця електронної комерції розпочалися в 1995 році. Вони були широко розповсюджені в різних галузях: від науки до промисловості.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Хоча цінність бізнес-моделі була спочатку неоднозначною, іноземні вчені поступово досягли 2000 року, її концепція базувалася на створенні цінності. Однак чіткого тлумачення цього терміна в економіці немає. Внутрішні автори вказують на дуже різноманітні визначення цієї концепції, на суть бізнес-моделі формулюється як конкретний інструмент прийняття рішень [1, с. 215]. Також розглядається бізнес-модель як стратегічний інструмент управління, за допомогою якого ви можете визначити концепцію організаційної стратегії в концентрованій формі [2, с. 29]. Вважається, що бізнес-модель є логікою будівельних/бізнес-операцій, і використовується весь спектр наявних методів, інструментів та ресурсів, а витрати на подальшу монетизацію та прибуток – це створення та забезпечення [3, с. 66]. На нашу думку, бізнес-модель стосується основної логіки витрат компанії, тобто того, як організація продає клієнтам свою продукцію/послуги та отримує прибуток у конкретній ланцюжку вартості.

Формулювання цілей статті. Мета статті вивчити спеціальні функції практичного використання найважливіших бізнес-моделей інновацій компаній, що використовують Інтернет-технології.

Наукова новизна полягає у вдосконаленні класифікації характеристик та типів основних бізнес-моделей інновацій у світовій практиці, що обґрунтовано діляться на п'ять основних моделей: комерція, обробка інформації, розважальний контент, соціальні новини та персональні послуги. Гіпотеза автора говорить про те, що організація повинна постійно вдосконалювати свої бізнес-процеси і постійно шукає найкращі бізнес-моделі для підвищення конкурентоспроможності та доходу.

Виклад основного матеріалу. Бізнес-модель можна визначити як систематичну точку зору того, як компанії створюють витрати. Як нова перспективна компанія, думки були зосереджені на аналізі методів створення додаткових витрат. За допомогою компанії компанія отримує дохід від організації свого бізнесу. Ми вважаємо, що бізнес-модель важлива для створення розумного «спектру діяльності», включаючи стратегії та бізнес-центри, важливі заходи, управління ресурсами, партнери, логістику та багато іншого. Бізнес-модель – це інтерактивна система, яка залежить і взаємопов'язана, з якою ринок захоплюється та задовольняє створення цінності для всіх зацікавлених сторін. Це цілісна концепція, в якій компанія повинна враховувати проблему систематичного мислення.

Причина важливіша, ніж визначення бізнес-моделі, та попередні умови, які збільшилися на такому високому рівні. Бізнес-модель була широко розповсюдженою після того, як електронна комерція стала популярною, оскільки сама електронна комерція – це своєрідна інформаційна революція, яка вплинула на організацію, споживачі та бізнес-закони. Найважливіша причина полягає в тому, що електронна комерція значно знижує трансакційні витрати і, отже, створює багато методів ділової активності, які були неможливими в минулому. У минулому компанії повинні були витратити великі зусилля на навчання та створення споживчого портрета, оскільки вони не знали, хто бачив рекламу. Незалежно від того, наскільки компанія може покластися в Інтернеті, щоб покрити споживачів на світовому ринку, вона може змінюватися у всьому світі та конкурувати з конкурентами компаній, що інакше було б неможливим. Е-комерція також дозволяє багатьом дизайнерам продавати кожен продукт, і вони можуть використовувати інші канали чи організації та підтримувати довгострокові відносини з клієнтами за дуже низькою ціною. Іншими словами, оскільки відносини зі споживачами можуть підтримуватися тривалий час, а обсяг бізнесу набагато більше, ніж раніше, вам не потрібно покладатися на традиційний метод оплати клієнта за кожен окрему послугу. Спочатку деякі послуги можуть бути надані при залученні нових клієнтів, а потім отримували певний прибуток за рахунок інших послуг. Такі зміни в інформаційній моделі споживчих послуг стимулювали багато інновацій та запропонували багато різних можливостей для бізнесу. Наслідки глобальної фінансової та економічної кризи 2008 року показали, що багато Інтернет-компаній мають чудові технології і що деякі з відсутності хорошої бізнес-моделі були збитковими. Інші, хоча їх технології були не найкращими, вони продовжують успішно розвиватися завдяки успішним бізнес-моделям [4, с. 36]. Як результат, важливість бізнес-моделей стає все більш очевидною. В епоху глобалізації прискорення NTP та все більш нестабільного бізнес-середовища, найважливішим фактором, який визначає успіх або неможливість компанії не брати участь у переважаючому місці в технологіях, а в її бізнес-моделях.

Наприклад, така компанія, як Netflix, була заснована в 1997 р. та зареєстрована в 2002 р. Це була бібліотека фільмів та телесеріалів. У ваших продуктах насправді немає нічого нового. Можна було б взяти напрокат компактну з численними конкурентами, наприклад, на блокбастері, але Netflix змінив метод компактної оренди. Ви можете отримати доступ до Netflix через Інтернет-браузер або використовувати програмне забезпечення для додатків, встановлених у інтелектуальних телевізорах, телевізійних префіксах з телевізійними пристроями, планшетними комп'ютерами, смартфонами,

цифровими медіа, іграми, приставками ігор та речей віртуальної реальності. У Сполучених Штатах компанія орендує DVD та диски, які індивідуально публікуються на регіональних складах поштою. Інноваційні, лізингові компактні драйвери Netflix замінили ринковий блокбастер.

Хоча кількість бізнес-моделей майже нескінченна, більшість основних процесів електронної комерції можна класифікувати відповідно до наступних п'яти типів бізнес-моделей, як показано в табл. 1 та описано нижче.

Таблиця 1

Основні типи бізнес-моделей в електронній комерції

Бізнес-модель	Представник на ринку	Функції	Джерело прибутку
Торгівля	Yahoo Mall, Aliexpress, Ozon, Wildberries, Uber	Закупівля/продаж	комісія за рекламу, комісія за транзакції
Обробка інформації	Google, Baidu, WhatsApp, Messenger, Skype	Обробка, доставка, класифікація, пошук повідомлень	Плата за рекламу
Контент	Youtube, Twitch, KK Box, Netflix	Звернення до змісту ресурсу	Членський внесок, плата за рекламу
Соціальні медіа	Twitter, Facebook	Сприяння міжособистісному спілкуванню	Реклама, прибуток від додаткових услуг

1. Торгівля. Кожен веб-сайт, прибуток, транзакції та просування товарів/послуг використовуються в цій категорії, незалежно від ділових відносин та кінцевого споживача, будь то B2B, B2C, C2B або C2C. Основна компетентність цього типу бізнесу – інтеграція інформації між покупцями та продавцями або підтримкою в управлінні ланцюжками. Кінцева мета роботи – сприяти транзакціям.

2. Модель обробки інформації. Це найкраща розроблена бізнес-модель, але вона продовжує впроваджувати інновації. Найяскравіший представник можна назвати Google. Основними функціями цієї моделі є збір, обробка та аналіз різних форм інформації для задоволення широких потреб користувачів. Незалежно від того, чи можуть бути зібрані інформація, фотографії, продукти, звуки, звук, мій полегшення та навіть інформація, такі як вулиці, такі як вулиці проаналізований. Послуги передачі інформації, мобільні телефони, керівники віртуальної реальності, автомобільні екрани та інші пристрої передачі постійно забезпечують нові інформаційні витрати та досвід споживачів. Оскільки ця модель зазвичай не містить доходу при купівлі та продажу товарів/послуг, метод виграшу в цій моделі є рекламою. Наприклад, головний дохід Google отримує різні реклами, такі як ключові слова або візуальна реклама.

3. Розважальний контент. Ця модель містить використання вмісту в Інтернеті для завантаження на локальному пристрої або як Інтернет. Провідних представників можна назвати YouTube, Twitch, Netflix та інші відео та музичні сайти. Завдяки просуванню планшетних комп'ютерів, смартфонів, інтелектуальних телевізійних пристроїв, віртуальних пристроїв та вмісту розваг розвиватимуть та створить більш різноманітний та багатший вміст. На наш погляд, традиційне телебачення, друковані засоби масової інформації та радіо втратить більш конкурентні позиції, особливо через відсутність інтерактивності. Ви можете в будь-який час ділитися вмістом з друзями та активно вибрати необхідний вміст. Ця модель зазвичай не містить жодних операцій з продуктом, тому прибуток тут досягається за рахунок реклами чи членства. Наприклад, YouTube отримує відмінний дохід від різних рекламних зборів, Netflix – за рахунок загальних зустрічей.

4. Соціальні новини. Соціальна взаємодія – це найважливіша потреба у людей у всьому світі, а Інтернет-технології дали нове життя соціальній моделі. В даний час модель соціальних новин є однією з найпопулярніших моделей. Багато людей вважають, що соціальні інструменти – це найважливіший засіб взаємодії з друзями, родичами, для корпоративного спілкування, на відміну від використання традиційного телефонного спілкування. Ця модель реалізується такими компаніями, як Twitter, Facebook. Основні його функції повинні сприяти та використовувати міжособистісну комунікацію за допомогою різних інноваційних функцій або застосовуватись до комерційних операцій та реклами. Початкова модель соціальної компанії не обов'язково включає транзакцію продажів товарів/послуг, інновації в ній – це функція купівлі фотографій, динамічних зображень, звуків та текстів, які дозволяють користувачам використовувати мультимедійні налаштування та міжособистісне спілкування, більше профілів, Тому дохід у такій моделі досягається цією моделлю, яка враховує оплату рекламних матеріалів та виробництво додаткових товарів/послуг.

5. Домогосподарства. Незважаючи на передові технології, люди у фізичному світі, з необхідністю їсти та пити, живуть з потребою у житловому просторі, транспорті та інших потребах, які не можуть бути задоволені у віртуальному світі. Таким чином, модель будинків – це використання онлайн-інструментів для підтримки різних операцій у фізичному світі. Об'єм цієї моделі дуже широкий. Незважаючи на те, що він почав розвиватися порівняно з наймолодшими, ця модель швидко і жорстоко зростає з популяризацією мобільних пристроїв. Це одна з потенційно просторих моделей найближчим часом. Оскільки всі види подій, будь то їжа, використання одягу, житла, транспорту, освіти та розваг у житті, незалежно від того, наскільки вони переплітаються з інформаційними технологіями та інструментами, це в кінцевому рахунку повинно бути фізичним використанням.

Тому ми можемо зробити висновок, що існує нова форма інновацій, яка відрізняється від продукту чи технологічних інновацій. Це можна охарактеризувати як інновації процесів, які не потребують великої кількості витрат. Ця нова форма інновацій орієнтована на бізнес-метод, тобто на бізнес-моделях. Близько 2003 р. інновації та розвиток хороших бізнес-моделей стали новою сферою серед практикуючих. Інноваційні бізнес-моделі все частіше привертають більше уваги, оскільки вони приносять стратегічні конкурентні переваги, і саме ця компанія вимагає нової цифрової економіки. Таким чином, інноваційний бізнес – це зміна основної логіки, яка гарантується створенням вартості компанії.

Оскільки конкретні форми компонентів бізнесу, їх взаємозв'язок та поєднання механізмів дії практично не обмежуються, існує багато типів інноваційних бізнес-моделей. Тим не менш, чотири основні компоненти інноваційного бізнесу залежать від прикладу успішних компаній.

По-перше, це надання абсолютно нових товарів/послуг, створення нових промислових продуктів або нових можливостей для продажу існуючих товарів/послуг. Наприклад, продукти та позики Grameen Bank відкрили нову галузь, в якій не було аналогів у всьому світі. З початком App Store, iTunes та всіх інновацій, Apple додала платформу для продажу обладнання, яка зробила цей бізнес більш цінним. Компанія отримує дохід від продажу цих пристроїв, але також отримує прибуток від продажу вмісту, відтвореного на обладнанні. Це показує додатковий зв'язок між інноваціями в продуктах та бізнес-моделлю інновацій. Книги Amazon не відрізнялися від інших продуктів у книгарні, але метод продажу був зовсім іншим. По-друге, це умова, якщо бізнес-модель організації суттєво відрізняється від інших компаній, принаймні в ряді елементів, а не відповідно до близького списку персонажів. Наприклад, банк Grameen відрізняється від традиційних комерційних банків, оскільки його діяльність в основному спрямована на жінок. Банк має лише невеликі кредитні лінії і не вимагає жодних гарантій або умов іпотеки позичальників. Порівняно зі звичайними книгарнями, Amazon пропонує широкий спектр продуктів, які продаються в Інтернеті та пропонують ці продукти. По-третє, це концептуальний бізнес, який впливає на прибутковість,

дохід, конкурентну перевагу та багато іншого. Наприклад, банк Gramscen вважає прибуток за свою головну мету (хоча цей банк завжди був вигідним) і як його мета створює бажання боротися з бідністю клієнтів. Tesla продає автомобілі через власні магазини і не дозволяє роздрібним продавцям франшизи. Компанія повністю контролює весь процес від дизайну до виробництва та продажу. Традиційні виробники автомобілів (наприклад, Toyota, Mercedes, Hyundai тощо) використовують іноземних дилерів для своїх продажів, щоб вони не могли повністю контролювати свою взаємодію з кінцевими споживачами. Ця відповідь дозволяє Tesla постійно оновлювати свої продукти та окреслювати конкурентів. Йдеться не лише про машини, а й про магазини, але й про магазини. Відповідно до основних критеріїв ефективності, хороша ефективність Amazon також показує переваги вашої бізнес-моделі, наприклад, у найбільшій книжковій магазині у світі всього за кілька років. Швидкість резервів вища, ніж у конкурентів, і надає компанії унікальну конкурентну перевагу.

Зрештою, це багато перетворень та варіантів, які створюють цінні пропозиції. Наприклад, ви можете запропонувати Amazon, ще раз, компанія розпочалася як книгарня і тепер стала світовим ринком електронної комерції. В даний час цей гігант становить майже 40% світового ринку продажів в Інтернеті. В останні роки Amazon диверсифікувала свою діяльність у всіх сферах життя та підтримувала дуже високе зростання порівняно з новими компаніями. Amazon AWS не лише домінує над полем електронної комерції, але й є найбільшим хмарним сервісом, що набагато вище, ніж Microsoft Azure. Її голосовий помічник Alexa – розумний помічник, який проникнув у більшість будинків на планеті. Він також контролює Amazon Prime Video, платформу для прямої мови та мови, активно інвестує у фільми та телебачення, індустрія розваг, ігри.

Amazon – не єдина компанія, яка постійно оновлює та покращує свою бізнес-модель. Наприклад, індустрія відеоігор в останні роки пережила кілька варіантів інноваційних бізнес-моделей, кожен з яких зробив нові способи досягнення доходу. Коли відеоігри були створені вперше, консолі, на яких вони були розміщені, були дорогими та об'ємними, що зробило їх недоступними для більшості споживачів. Це призвело до створення ігрових автомобілів, які вони платять клієнтам, щоб придбати жетони, необхідні для гри. Тим не менш, виробничі процеси та технологічний успіх дозволяли створювати дешевші та невеликі консолі, тому такі компанії, як Atari, використовували потенційний попит і почали продавати продукцію безпосередньо покупцеві, що було наступним інноваційним бізнесом. І нещодавно розробникам ігор швидко довелося представити інноваційні бізнес-моделі, щоб задовольнити зростаючі потреби клієнтів, багато з яких хочуть грати безпосередньо на власних смартфонах.

Спочатку багато компаній адаптували свої підходи до організації компанії, щоб споживчі збори за ігри були підписані або оплачені за відкриття нових рівнів. Тим не менш, деякі з цих компаній змогли оновити свої бізнес-моделі, але перемикаючи рекламу для додатків або продаючи продукти, такі як атрибути гри. Вони виявили, що ця практика дозволила значно розширити аудиторію користувача та збільшити їх дохід.

У той же час реінжиніринг бізнес-моделей відкриває нові можливості для створення додаткових витрат. Існує щось абсолютно нове, що не має нічого спільного з оцифруванням бізнесу. Це ще одна властивість, що оцифрування дозволяє компаніям вести бізнес.

Якщо компанія змінює лише продукт для його вдосконалення, вона додає додаткову функцію, наприклад, для швидкої роботи, вона не змінює інтерактивну систему. Оскільки інновації пов'язані, це стосується нової бізнес-моделі в галузі. Інноваційним бізнесом є розробка нової інтерактивної системи, процес створення системи та її впровадження в корпоративному середовищі. Те, що надзвичайно важливо, пов'язане з сучасною, дуже високою нестабільністю екзогенних та ендогенних факторів організації.

Таким чином, AdWords, що використовується Google, є успішною бізнес-моделлю (хоча ця модель вперше була використана Google, ця компанія максимально використовує цей метод). AdWords – це бізнес-модель інновацій. Пошук було легко надати

в рамках системи пошуку Google. Незважаючи на корисну функцію пошуку, тисячі реклами для користувача залишаються величезними. Google пропонує інструменти та методи, які рекламодавець вирішує, де і кому він показує свою рекламу, а Google цікавить лише користувачі.

Приклад Tesla показує пастку, яку часто керують компаніями. Це пастка ієрархічного аналізу. Компанії продовжують звертати увагу на те, що вони вважають найважливішим. Наприклад, виробництво товарів/послуг у автомобільній промисловості, що цілком очевидно. Багато з них застосовуються лише до самих автомобілів, елементів їх дизайну, двигуна, систем безпеки та багатьох інших. Вони повністю зосереджені на автомобілях. Тим не менш, керівництво Tesla означає, що автомобіль як продукт є конкретним баченням. Ще одне бачення DBIL як програмна платформа або навіть як послуга це зовсім інша тканина для аналізу.

Цінним інструментом для розповсюдження та вмістом вірусу був можливість доступу до його вільного доступу. Він також відіграє важливу роль у просуванні мережевих ефектів, оскільки вільно швидко збільшення кількості користувачів швидко стимулює досягнення критичної точки для початку мережевих ефектів. За прикладом LinkedIn ви можете виявити, що основний рахунок повинен бути доступний безкоштовно, якщо компанія хоче отримати мільйони користувачів. Досвід LinkedIn показує, що ви можете надати товар/послугу безкоштовно та в той же час.

Безкоштовний комерційний інструмент для багатьох бізнес-моделей, які використовуються для залучення користувачів та досягнення необхідної критичної маси, тоді як платна версія програмного забезпечення дозволяє компаніям отримувати користь від цих користувачів відповідно до витрат продукту, щоб отримати переваги від Переваги цих користувачів. Dgorbox – чудовий приклад регулярного успіху платного бізнесу. Надаючи дані вони залучили велику базу користувачів, деякі з яких згодом стали платними клієнтами, які мають більше місця для інформації та мають додаткову серію послуг. На сьогоднішній день значний відсоток додатків, опублікованих у магазині Google, використовував ту саму бізнес-модель.

Кризові явища у багатьох галузях навіть дивно відігравали роль прискорювача в таких місцях, як внутрішній туризм. Пандемія спровокувала різноманітну глобальну кризу, особливо охорону здоров'я та бізнес. Вплив на економіку спостерігається як за запитом, так і за попитом. Як результат, цей ефект змінює переваги, звички та встановлення ризику споживача, іноді після тривалого перебування в будинку та на соціальній відстані. Моделі поведінки клієнтів глибоко змінюються, тому багато компаній повинні пережити інноваційні бізнес-моделі та процвітати в майбутньому. Немає сумнівів, що коронавірусні інфекції впливають на те, як компанії взаємодіють зі своїми споживачами та зацікавленими сторонами. Компанія заохочувала епідемію, яка проводилася протягом декількох років для реструктуризації своїх інноваційних бізнес-моделей. Загалом, пандемія допомогла подолати багато обмежень в історії людського розвитку, включаючи вибухонебезпечні показники, обсяг онлайн-роботи та домашніх завдань широко поширених. Багато компаній змогли швидко відновити багатьох своїх працівників та знайти баланс між сім'єю та кар'єрою. Сьогоднішня робота не обов'язково потребує присутності в компанії. Споживання не обов'язково вимагає відвідування магазину. Споживання їжі не обов'язково потребує відвідування організації громадського харчування. У багатьох галузях промисловості традиційні форми взаємодії замінюються онлайн-технологіями. Епоха мобільного Інтернету, велика кількість даних та штучного інтелекту є непереборною тенденцією для сьогодення.

Інновації та підприємництво є однією з головних тем економічного та соціального розвитку в найближчі десятиліття. Інноваційні бізнес-моделі – це їх найвища форма та головний інструмент, який може змінити спеціальні функції та підходи до конкуренції. Практика бізнес-моделей із використанням традиційних компаній, головна мета, яка заощадила прибуток, розширилася до соціальних компаній, непереборних, дер-

жавних та муніципальних організацій. Це надзвичайно важливо – використання бізнес-моделей у невеликій компанії, на яких пандемія найбільш чітко вплинула. Статус інноваційних компаній стає важливішим та важливішим.

Висновки. Бізнес-модель можна охарактеризувати як повну систему продуктів/ послуг та інформаційних потоків, включаючи кожного учасника відносин та їх роль у ньому, а також потенційні переваги індивідуальних та відповідних джерел. Як нова форма інновацій, бізнес-модель не менш важлива, ніж технологічні інновації. Останніми роками для попереднього введення, щоб забезпечити основну логіку змін бізнесу, ви можете ввічкнутися кілька елементів. Зміни в їх складі також можуть включати взаємозв'язок між елементами або динамічним механізмом таких змін.

Наявність конкурентного інноваційного бізнесу може визначити успіх або невдачу компанії. Ви можете навести багато успішних прикладів інноваційних компаній. Наприклад, Alibaba, Taobao, Duopin, Uber та інші компанії – це бізнес-модель інновацій, яка перевищить весь успіх компанії в історії людства.

Інноваційні бізнес-моделі дозволяють підприємцям використовувати переваги змінних вимог та очікувань клієнтів. Якщо такі компанії, як Amazon, Tesla, Atari та Apple, не вводять інновації та не змінюють свою бізнес-модель, початківці можуть краще задовольнити потреби клієнтів. Інноваційна бізнес-модель описує постійний процес, в якому організація виправляє функції свого бізнесу. Ця інновація часто відображає основні зміни в тому, як компанія приносить користь своїм клієнтам, розробляючи нові потоки доходу або канали продажів.

Список використаних джерел:

1. Гнатієнко Г.М., Снитюк В.Є. Експертні технології прийняття рішень : монографія. Київ : ТОВ «Маклаут», 2008. 444 с.
2. Грабовецький Б.Є. Методи експертних оцінок: теорія, методологія, напрямки використання: монографія. Вінниця : ВНТУ, 2010. 171 с.
3. Збарський В.К., Мацибора В.І. Економіка сільського господарства : навч. посіб. Київ : Каравела, 2009. 264 с.
4. Лобода О.М. Застосування імітаційного моделювання та програмних комплексів при реалізації інноваційних проєктів в економічних системах. *Ефективна економіка*. 2020. № 11.
5. Лобода О.М. Вирішення задачі ідентифікації структури управління підприємства. *Сучасна спеціальна техніка*. Київ, 2012. № 3. С. 64–68.
6. Марасанов В.В., Пляшкевич О.М. Основи теорії проєктування і оптимізації макроекономічних систем. Херсон : Айлант, 2002. 190 с.

References:

1. Hnatienko H.M., Snytiuk V. Ye. (2008) Ekspertni tekhnolohii pryiniattia rishen [Expert decision-making technologies]. Kyiv: TOV "Maklaut", 444 p.
2. Hrabovetskyi B.Ye. (2010) Metody ekspertnykh otsinok: teoriia, metodolohiia, napriamky vykorystannia [Methods of expert assessments: theory, methodology, areas of use]. Vinnitsa: VNTU, 171 p.
3. Zbarskyi V.K., Matsybora V.I. (2009). Ekonomika silskoho hospodarstva: navch. posibnyk [Agricultural economics: a textbook]. Kyiv: Karavela, 264 p.
4. Loboda O.M. (2020) Zastosuvannya imitatsiinoho modeliuвання ta prohramnykh kompleksiv pry realizatsii innovatsiinnykh proektiv v ekonomichnykh systemakh [Application of simulation modeling and software complexes in the implementation of innovative projects in economic systems]. *Efektivna ekonomika* [Efficient economy] (electronic journal), vol. 11. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8321> (accessed 15 October 2021).
5. Loboda O.M. (2012) Vyrishennia zadachi identyfikatsii struktury upravlinnia pidpriemstva [Solving the problem of identifying the management structure of the enterprise]. *Modern special equipment*, vol. 3, pp. 64–68.
6. Marasanov V.V., Pliashkevych O.M. (2002) Osnovy teorii proektuvannya i optymizatsii makroekonomichnykh system [Fundamentals of the theory of design and optimization of macroeconomic systems]. Kherson: Ailant, p. 190.