

Results. According to effectuated research, the scientific and methodical approach to define the complex mechanism of the strategic changes in the company. was suggested. Algorhythm of the complete readiness of enterprises to strategic change as an important component of the mechanism of proactive change management was developed. According to the proposed algorithm the level of readiness to change for enterprise LTD «DIBK» is evaluated at each stage of change management; grounded and structured changes for this company was suggested to ensure effective development.

Academic novelty. There was improved conceptual and category framework as for determination of complex mechanism of proactive change management in the enterprise, which in contrast to existing one, separates the conceptual mechanism of its subsequent cascading into target mechanisms. There was suggested the algorithm of the complete readiness of enterprises to strategic change as an important component of the mechanism of proactive change management, which in contrast to existing one, taking into account the economic and financial, organizational competence and readiness to change components and using fuzzy set theory allows to make an assessment of readiness.

Practical importance. The obtained results are aimed at the improvement of formation mechanism of proactive management of strategic change in terms of the complete readiness of enterprise transformation and structure changes that are necessary for the company to further effective development.

Key words: the mechanism of change management, total readiness to strategic change, management of strategic change.

Рекомендовано до публікації д-ром екон. наук,
проф. Шубінін О.О. Дата надходження рукопису
09.11.2012 р.

УДК 005.8-027.21

Кравченко О.С., канд. екон. наук, доц.

Донецький національний університет економіки
і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського,
м. Донецьк, Україна, e-mail: krav07@meta.ua

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ КОНЦЕПЦІЇ БІЗНЕС-МОДЕЛІ ПІДПРИЄМСТВА

Kravchenko E.S., Cand. Sci. (Ekon.),
Assoc. Prof.

Donetsk National University of Economics and
Trade named after Mykhayilo Tugan-Baranovsky,
Donetsk, Ukraine, e-mail: krav07@meta.ua

THEORETICAL ASPECTS OF THE CONCEPT BUSINESS MODEL OF ENTERPRISES

Мета. Метою дослідження є вивчення теоретичних аспектів концепції бізнес-моделі підприємства, дослідження та систематизація поглядів науковців щодо трактування сутності терміну «бізнес-модель».

Методика. У процесі дослідження використано методи аналізу, синтезу та узагальнення.

Результати. На підставі проведеного аналізу визначено основні етапи еволюції концепції бізнес-моделі підприємства, систематизовано основні підходи до трактування сут-

ності цієї категорії та запропоновано авторське визначення дефініції «бізнес-модель підприємства».

Наукова новизна. Дістало подальшого розвитку визначення сутності бізнес-моделі як основи конкурентних переваг підприємства, що описує процес генерування прибутку, характеризує спосіб організації бізнесу, фокусується на внутрішніх бізнес-процесах підприємства та їх структурі, розкриває знання про елементи бізнесу, показує логіку створення цінності в бізнес-системі й умови забезпечення її якості та розкриває нові можливості бізнесу), яке, на відміну від існуючих підходів, ґрунтується на комплексному підході до розуміння сутності даної категорії.

Практична значущість. Розуміння сутності терміну «бізнес-модель» та визначення її ключових аспектів є теоретичним підґрунтям для визначення цільових орієнтирів розвитку підприємства, спрямованих на підвищення ефективності його функціонування у трансформаційних умовах господарювання.

Ключові слова: бізнес-модель, концепція, еволюція, сутність, підходи.

Постановка проблеми. Сучасний період функціонування суб'єктів господарювання характеризується структурними змінами, які потребують швидкої реакції на стрімкі зміни зовнішнього середовища та необхідності розробки нових інструментів і технологій підтримки прийняття управлінських рішень. В умовах зростання невизначеності економіки першорядне значення для підприємств знаходить побудова ефективної бізнес-моделі, яка б давала повне уявлення про хід реалізації всіх бізнес-процесів підприємства та фактичні результати його діяльності, а в умовах фінансової кризи та зростання конкуренції забезпечувала б фінансову стійкість, ліквідність та ефективність діяльності підприємства на оперативному і стратегічному рівні, а, враховуючи, що будь-яке підприємство є об'єктом ринкових відносин – сприяла б підвищенню рівня його ринкової капіталізації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Термін «бізнес-модель» вперше було виділено та використано для аналізу діяльності компаній, що працюють на ринку електронної торгівлі. Подальший розвиток цієї концепції зумовив можливість застосування вищезгаданого поняття у стратегічному управлінні підприємств, що здійснюють діяльність у різних галузях економіки. У межах теорії стратегічного управління концепція бізнес-моделі все активніше використовується для пояснення відмінностей у результатах діяльності підприємств, що працюють в одній галузі.

Однак, незважаючи на зростаючу кількість наукових та науково-практичних публікацій та підвищену увагу до вивчення бізнес-моделей підприємств [1; 2; 4-8; 11-13], питання визначення сутності самого терміну «бізнес-модель», її основних компонентів та визначення місця бізнес-моделі в теорії стратегічного управління залишаються не достатньо висвітленими, що ускладнює процес реалізації цієї концепції на практиці.

Постановка завдання. Метою дослідження є вивчення теоретичних аспектів концепції бізнес-моделі підприємства, дослідження та систематизація поглядів науковців щодо трактування сутності терміну «бізнес-модель».

Виклад основного матеріалу дослідження. Незважаючи на те, що концепція бізнес-моделі належить до числа нових концепцій сучасного стратегічного управління, у міру розвитку економіки створювалися нові успішні бізнес-

моделі, які завжди привертали до себе увагу, на основі яких підприємства ставали мобільними і розвивалися.

Слід погодитися з Андріаном Сливотски, який слушно зауважує, що в 80-ті роки минулого сторіччя склалися оптимальні умови для розвитку новаторського підходу до бізнес-моделей. Саме новаторський підхід до формування бізнес-моделей забезпечив суттєвий приплив цінності [1, с. 23-24]. Досягнення багатьох відомих світових компаній свідчать про успішність їх бізнес-моделей, а підйом новаторства дозволяє створювати все більш дієві бізнес-моделі, які спроможні забезпечувати прибуток у довгостроковій перспективі.

Цей факт підтверджує наведена на рисунку 1 еволюція, яка характеризує свого роду «хвилю» бізнес-моделей, яка до того ж має тенденцію зростання.

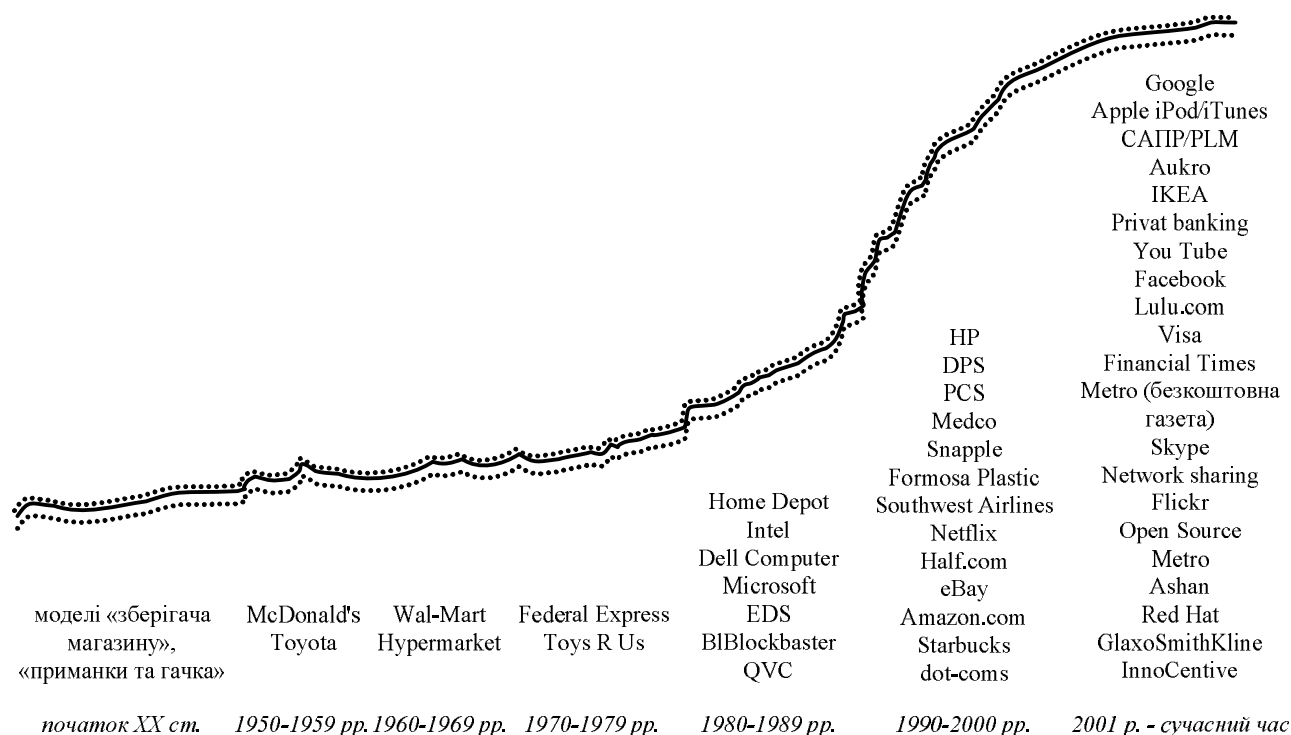


Рисунок 1 – Еволюція бізнес-моделей

Досвід успішних світових компаній свідчить, що ефективно спроектована бізнес-модель забезпечує виникнення певних передумов посилення ключової компетенції, яка внаслідок унікального сполучення бізнес-процесів створює невідтворні стійкі конкурентні переваги.

Виходячи з наведеної на рисунку 1 еволюції, можна стверджувати, що в цілому бізнес-модель – це ті відмінності, які забезпечують унікальність підприємства та його успіх на ринку. Бізнес-модель в цілому показує, як підприємство «заробляє гроші» та як позиціонує себе.

Грунтуючись на засадах семантичного аналізу, «бізнес-модель» розкладається на дві складові: «бізнес» та «модель», які самі по собі мають досить установлені значення.

У «Великому енциклопедичному словнику» термін «модель» (від лат. *modulus* – міра, норма, аналог, зразок) – це будь-який уявний або знаковий об-

раз об'єкта, що моделюється, або спеціально створюваний об'єкт, який відтворює характеристики досліджуваного об'єкта [2].

А, в свою чергу, «Тлумачний словник Ожегова» трактує «бізнес» як підприємницьку економічну діяльність, що приносить дохід та прибуток [3].

Поєднання цих двох понять дозволяє в цілому трактувати «бізнес-модель» як логіку бізнесу, яка детально описує механізм перетворення ресурсів та можливостей підприємства на створення цінності для споживача та отримання на цій основі прибутку.

Бурхливою появою бізнес-моделей обумовлено виникнення концепції бізнес-моделі, яка, як і всі концепції, має свою еволюцію, що відображено на рисунку 2.

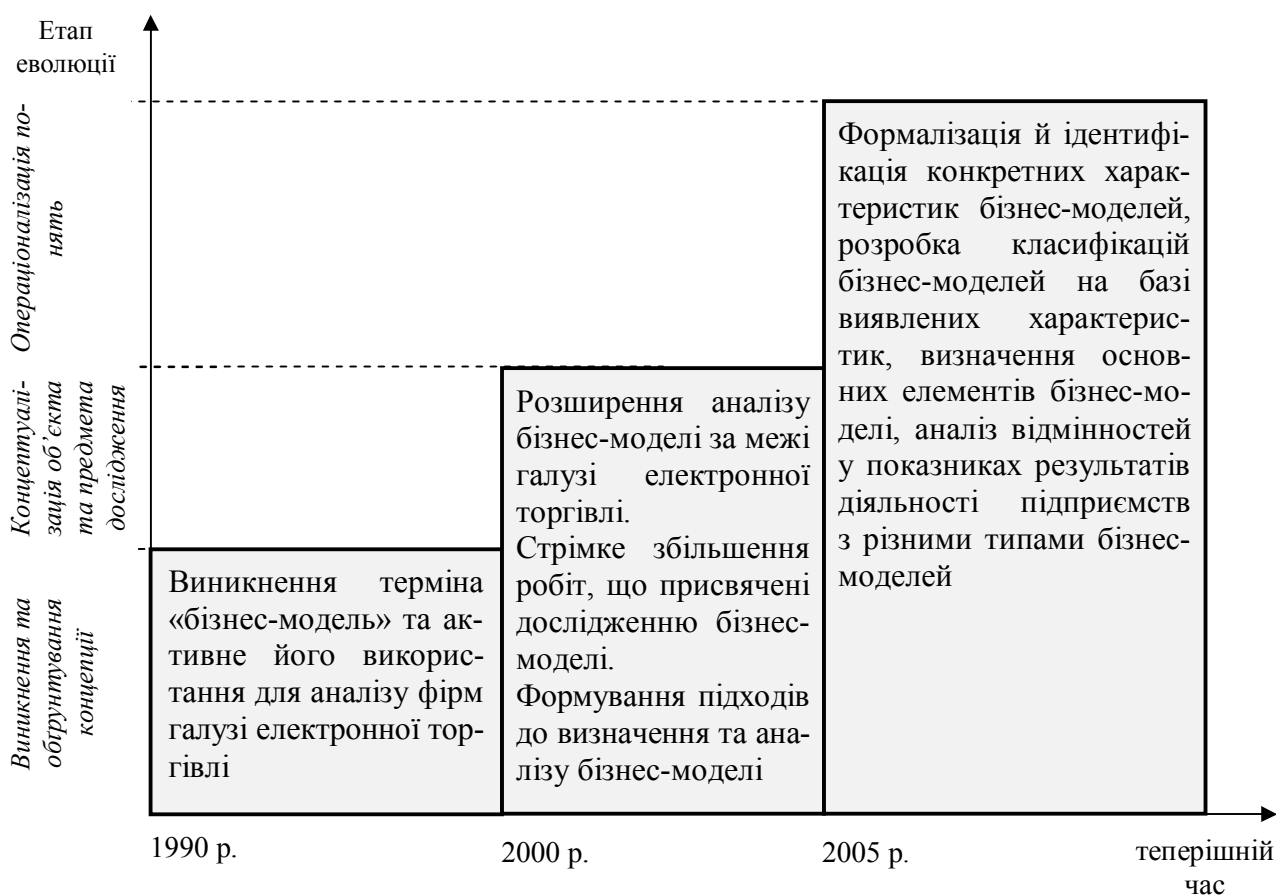


Рисунок 2 – Періодизація еволюції концепції бізнес-моделі підприємства

У провідній електронній базі даних компанії EBSCO, яка містить статті з наукових журналів про бізнес та економіку («Business Source Premier» [4]), вперше термін «бізнес-модель» з'являється у 1960 році в рефераті до статті «Accounting Review». Далі з кожним роком кількість згадувань цього терміна зростає, що стає підґрунтям для виникнення концепції бізнес-моделі.

Як і всі економічні концепції, концепція бізнес-моделі містить основні етапи: виникнення, формування, розвиток. Окремі етапи розвитку концепції бізнес-моделі частково висвітлені в роботах Н.Д. Стрекалової [5] та А.І. Шаталова [6].

Концепція бізнес-моделі виникла на початку 90-х років минулого сторіччя й активно використовувалася для аналізу підприємств галузі електронної торгівлі.

На початку ХХІ сторіччя (2000-2005 рр.) зростає інтерес науковців до дослідження й аналізу бізнес-моделі, термін «бізнес-модель» починає застосовуватися в інших галузях економіки. На цьому етапі формулюються різні підходи до визначення й аналізу бізнес-моделі.

Концепція бізнес-моделі сьогодні знаходиться на стадії формування, для якої характерною є операціоналізація понять. На цьому етапі здійснюється уточнення та конкретизація абстрактних концептуальних понять і розкладання їх на окремі прояви; в межах об'єкта і предмета дослідження – розробляються більш конкретні операційні поняття, які в узагальненій формі дозволяють конкретизувати характеристики бізнес-моделей, визначаються основні елементи бізнес-моделі та порівнюються різні їх типи.

Для стадії формування, що характерна для концепції бізнес-моделі, як і для будь-якої іншої наукової концепції, притаманною є відсутність системності і термінологічна плутанина.

Вивчення існуючих робіт, в яких досліджуються проблеми бізнес-моделі, дозволило встановити відсутність єдиного підходу до трактування самої дефініції «бізнес-модель» і наявність різних її інтерпретацій. У кожному визначенні термін «бізнес-модель» розглядається під певним кутом зору з акцентом на ті, або інші аспекти діяльності підприємства. У межах проведеного дослідження нами виділено дев'ять підходів, що позначені на рисунку 3.

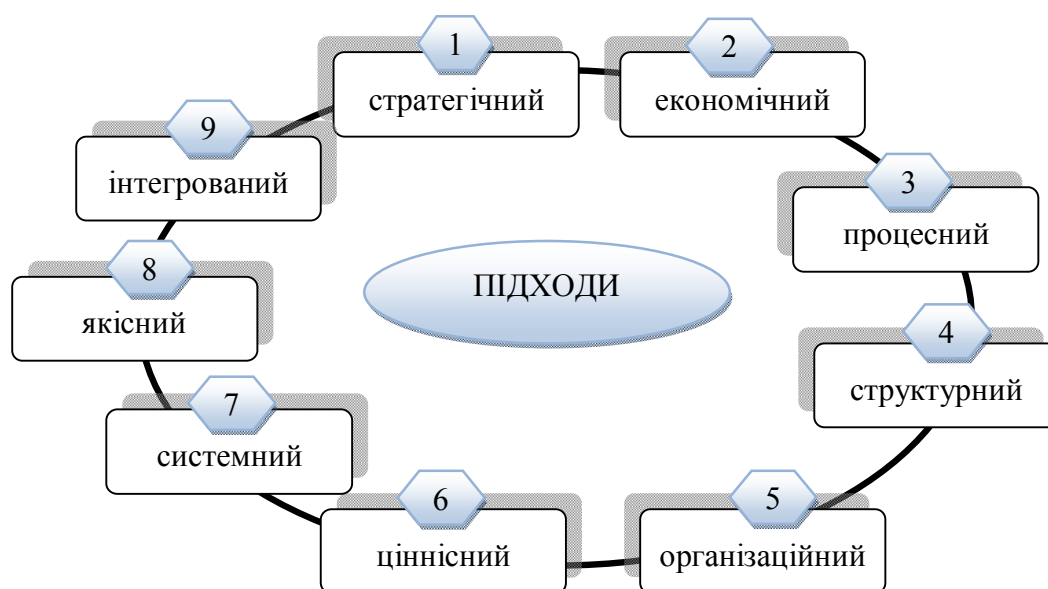


Рисунок 3 – Основні підходи до сутності терміну «бізнес-модель»

Стратегічний підхід акцентує увагу на стратегічних аспектах підприємства, його ринковому позиціонуванні та передбачає погляд на підприємство з позицій нових можливостей для його росту. Прихильники даного підходу [7; 8] розглядають бізнес-модель підприємства як сукупність способів ведення бізнесу підприємства (його структуру, продукцію, способи доставки та обслугову-

вання товарів, підвищення ринкової вартості), правил ведення цього бізнесу, що лежать в основі стратегії.

Цей підхід є характерним і для наступного визначення: «Бізнес-модель – це абстрактне уявлення деяких аспектів стратегії фірми, в якій викладаються суттєві деталі, що необхідні для розуміння того, як підприємство може успішно приносити користь своїм клієнтам та власникам» [7].

Слід погодитися з К. Гелбрейтом [9], який наголошує на необхідності забезпечення «відповідності» бізнес-моделі стратегії підприємства, що є первинним фактором успіху підприємства на ринку.

Стратегія більшою мірою концентрується на позиціонуванні підприємства та його продукції як відмінної від конкурентів, а бізнес-модель показує, як підприємство взаємодіє з іншими учасниками ринку.

Автори, що дотримуються економічного підходу під час трактування сутності бізнес-моделі [10; 11], розглядають її як метод ведення справ, за допомогою якого підприємство утримує себе, тобто генерує прибуток. Гарвардська школа бізнесу дає наступне визначення бізнес-моделі: «це сукупність визначальних бізнес-рішень, а також вчинків і компромісів, задіяних компанією для отримання прибутку» [10]. За цього підходу до розглядання сутності бізнес-моделі основна увага акцентується на фінансово-економічних результатах діяльності підприємства.

Еволюційні зміни в організації бізнесу, які супроводжуються переходом від функціонального до процесно-орієнтованого управління, обумовили можливість розглядання бізнес-моделі з позицій процесного підходу, який передбачає фокусування уваги на внутрішніх бізнес-процесах підприємства. Згідно з цим підходом бізнес-модель підприємства розглядається «через призму» його бізнес-процесів (основних, забезпечувальних та бізнес-процесів управління). А. Остельвальдер у межах цього підходу [12] характеризує бізнес-модель як структуру бізнес-процесів і зв'язків між ними, які використовуються для планування, контролю та коректування діяльності підприємства.

В економічній літературі [13] зустрічається структурний підхід, згідно з яким бізнес-модель являє собою структуру ключових взаємозалежних систем бізнесу, які створюють та підтримують конкурентоспроможний бізнес. Цей підхід акцентує увагу на сукупності взаємопов'язаних систем або напрямків діяльності.

Згідно з організаційним підходом бізнес-модель – це організація діяльності співробітників компанії з генерування грошового потоку. Тобто цей підхід передбачає розгляд способу організації бізнесу.

Згідно з ціннісним підходом бізнес-модель описує цінність, яку підприємство пропонує різним клієнтам; відображає здібності підприємства, суперечки партнерів, необхідні для створення, просування і постачання цієї цінності клієнтам, відносини капіталу, необхідні для отримання стійких доходів.

Отто Петровіч та Крістіан Кіттль характеризують бізнес-модель як логіку створення цінності в бізнес-системі [10]. А, в свою чергу, А. Сливотски в контексті ціннісного підходу відмічає, що умовою ефективною бізнес-моделі є збереження цінності, тому коли бізнес-модель застаріла, відбувається міграція цінності. В залежності від етапу розвитку бізнес-моделі, має місце міграція цінності (тієї, яка забезпечує максимальну користь споживачеві) у 3 фази [8]:

1. Приплив цінності – отримує інноваційне підприємство, яке почало краще задовольняти потреби споживачів. Переважно це вдається знов створеним і молодим інноваційним підприємствам, яким вдалося краще враховувати ті потреби, які іншими гравцями ринку ігнорувалися.

2. Стабільний стан – бізнес-модель відповідає потребам клієнтів; серед конкурентів спостерігається рівновага. Ця бізнес-модель зберігає цінність, проте очікування стабільного майбутнього росту заважає припливу нової цінності. Часто цей етап супроводжується ціновою конкуренцією.

3. Відплив цінності – отримує будь-яке підприємство, яке почало краще задовольняти потреби споживачів.

Умовою забезпечення ефективності бізнес-моделі є збереження цінності. У міру її зниження (залежно від етапу життєвого циклу бізнес-моделі) відбувається міграція цінності, відповідно до якої цінність, яку створює підприємство, починає мігрувати від застарілих моделей бізнесу до нових, які можуть найкращим чином задовольняти найбільш актуальні потреби клієнтів [6].

Опис бізнес-моделі на основі системного підходу [5; 12; 14] потребує знань про елементи бізнесу, їх взаємозв'язки, функції, процеси всередині бізнес-системи. У контексті цього слід погодитися з Н.Д. Стрекаловою, яка стверджує, що «окремі бізнес-елементи та підпроцеси самі по собі не можуть забезпечити досягнення цілей. З системної точки зору бізнес-модель – це не просто сума окремих її частин. Кожний її елемент вносить вклад до системи» [5].

У межах системного підходу бізнес-модель характеризується як набір пов'язаних модельних елементів, що визначають внутрішнє і зовнішнє середовище компанії у межах єдиної системи.

Розуміння сутності бізнес-моделі як опису комплексної бізнес-системи, дає можливість вивчити її структуру, взаємозв'язки між структурними елементами, а також те, яким чином ця система буде взаємодіяти з реальним світом.

Конкурентні умови господарювання, глобалізація світових економік, скорочення життєвого циклу продукції обумовлюють необхідність розглядання сутності бізнес-моделі з позицій інтегрованого підходу. Прихильник даного підходу А. Остельвальдер [12] наголошує на необхідності концептуального представлення бізнес-моделі, яке б містило в собі різні комбінації вищевказаних підходів.

У межах інтегрованого підходу колектив зарубіжних авторів [10] розглядає сутність бізнес-моделі з позицій економічного, системного та стратегічного підходів. Автори визначають бізнес-модель як «короткий опис того, як набір взаємопов'язаних елементів відбиває рішення в галузі стратегії, структури та економіки підприємства, що дозволяє створити стійку конкурентну перевагу на певних ринках» [10, с. 727].

А. Остельвальдер, у межах опису бізнес-моделі, яка повинна бути інноваційною в сучасних перетвореннях індустріального світу, також наголошує на необхідності розглядання сутності бізнес-моделі з позицій інтегрованого підходу. Бізнес-модель розглядається ним, як реалізація стратегії компанії у межах її внутрішніх структур (клієнтів, пропозиції, інфраструктури, фінансів), процесів і систем [12]. Тобто сутність бізнес-моделі визначається з позицій всіх перелічених підходів.

Контент-аналіз джерел щодо концептуальних підходів до бізнес-моделі дозволив встановити, що сучасною економічною наукою сутність самого терміну «бізнес-модель» трактується неоднозначно, що свідчить про наявність декількох підходів до його розглядання. Основу кожного підходу складає певний погляд на бізнес-модель підприємства.

На наш погляд, сутність терміну «бізнес-модель» повинна розглядатися з позицій комплексного підходу, який надає можливість акцентування уваги на ключових аспектах, присутніх у бізнес-моделі підприємства. Ці аспекти схематично зображено на рисунку 4.



Рисунок 4 – Ключові аспекти сутності терміну «бізнес-модель»

У межах комплексного підходу бізнес-модель – це основа конкурентних переваг підприємства, яка описує процес генерування прибутку, характеризує спосіб організації бізнесу, фокусується на внутрішніх бізнес-процесах підприємства та їх структурі, розкриває знання про елементи бізнесу, показує логіку створення цінності в бізнес-системі й умови забезпечення її якості та розкриває нові можливості бізнесу.

Висновки. Проведене дослідження показало, що характерна для концепції бізнес-моделі стадія формування обумовлює еволюцію самого терміну «бізнес-модель». Однак в рамках будь-якого підходу бізнес-модель підприємства є ключовою складовою процесу розвитку підприємства та має наступні основні переваги:

- бізнес-модель дозволяє простежити логіку організації бізнесу, розкриває ланцюг причинно-наслідкових зв'язків, уможливорює переосмислення методів і механізмів організації діяльності підприємств;

– формалізація бізнес-моделі дозволяє усунути протиріччя, що притаманні функціональним і матричним моделям організації бізнесу, оскільки у процесі моделювання можливим є визначення пріоритетів та неузгоджень;

– на основі побудови бізнес-моделі можливим є визначення акцентів впливу на основні напрями діяльності, що генерують цінність, доходність та прибутковість підприємства;

– бізнес-модель є стратегічним активом підприємства, оскільки розкриває всю багатогранність його функціонування та дозволяє сконцентрувати увагу на пріоритетах розвитку.

Перспективами подальших досліджень у цьому напрямку є дослідження основних підходів до виділення структурних елементів бізнес-моделі підприємства.

Список літератури/References:

1. Сливотски А. Миграция ценности / А. Сливотски. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2006.
Slywotzky, A. (2006), *Migratsiia tsennosti* [Value Migration], Mann, Ivanov and Ferber, Moscow, Russia.
2. Большой энциклопедический словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mirslivarej.com/content_bes/model-39064.html>.
The Big encyclopedic Dictionary, available at: http://mirslivarej.com/content_bes/model-39064.html.
3. Толковый словарь Ожегова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mirslivarej.com/content_oje/biznes-2100.html>.
Explanatory Glossary Ozhegova, available at: http://mirslivarej.com/content_oje/biznes-2100.html.
4. Electronic library [Electronic resource]. – Mode of access: <<http://www.library.mmu.ac.uk/electronic>>.
Electronic library, available at: <http://www.library.mmu.ac.uk/electronic>.
5. Стрекалова Н.Д. Бизнес-модель как полезная концепция стратегического управления [Электронный ресурс] / Н.Д. Стрекалова // Проблемы современной экономики. – 2009. – № 2 (30). – Режим доступа: <<http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=2627>>.
Strekalova, N.D. (2009), “Business model as a useful concept of strategic management”, *Problemy sovremennoï ekonomiki*, Vol. 2, available at: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=2627>
6. Шаталов А.И. Взаимосвязь бизнес-модели и результатов деятельности фирмы (на материалах российских компаний отрасли общественного питания) / А.И. Шаталов // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 8: Менеджмент. – 2010. – № 2.
Shatalov, A.I. (2010), “Relationship business model and the results of the company (on the materials of Russian companies the food service industry)”, *Vestnik St.-Peterburgskogo universiteta*, series 8: Management, No. 2.
7. Magretta J. Why Business Models Matter / J. Magretta // Harvard Business Review. – 2002. – 80 (5).

- Magretta, Joan (2002), "Why Business Models Matter", Harvard Business Review, No. 80(5).
8. Slywotzky A. Value Migration / A. Slywotzky // Harvard Business Review Press. – Boston (MA), 1996.
Slywotzky, A. (1996), "Value Migration", Harvard Business Review Press, Boston (MA).
9. Galbraith K. Organization Design / K. Galbraith. – Addison-Wesley: Reading, MA.
Galbraith, K. "Organization Design", Addison-Wesley: Reading, MA.
10. Petrovic O. Developing Business Models for E-business / O. Petrovic, C. Kittl // International Conference on Electronic Commerce. 2001, Vienna. – 2001.
Petrovic, Otto and Kittl, Christian (2001), "Developing Business Models for eBusiness". International Conference on Electronic Commerce 2001, Vienna.
11. Slywotzky A. Value Migration / A. Slywotzky // Harvard Business Review Press. – Boston (MA), 1996.
Slywotzky, A. (1996) "Value Migration", Harvard Business Review Press, Boston (MA), 1996.
12. Остельвальдер А. Построение бизнес-моделей: настольная книга стратега и новатора / А. Остельвальдер, Ив Пинье; пер. с англ. – М.: Альпина Паблишер, 2011. – 288 с.
Osterwalder, A. and Pigneur, Yves (2001), "Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers", Alpina Publisher, Moscow [in Russian].
13. Lynda M. Applegate. E-business Models: Making sense of the Internet business landscape. Information Technology and the Future Enterprise: New Models for Managers / G. Dickson, W. Gary and G. De Sanctis // Upper Saddle River. – N.J.: Prentice Hall, 2001.
Lynda, M. (2001), "Applegate. E-business Models: Making sense of the Internet business landscape. Information Technology and the Future Enterprise: New Models for Managers", G. Dickson, W. Gary and G. DeSanctis. Upper Saddle River, Prentice Hall, N.J.
14. Шингарев П.В. Построение бизнес-модели корпорации, ориентированной на развитие [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <<http://www.aup.ru/books/m74/3.htm>>.
Shingarev, P.V. "Building a business model of the corporation, development-oriented", available at: <http://www.aup.ru/books/m74/3.htm>.

Цель. Целью исследования является изучение теоретических аспектов концепции бизнес-модели предприятия, исследование и систематизация взглядов ученых относительно трактовки сущности термина «бизнес-модель».

Методика. В процессе исследования использованы методы анализа, синтеза и обобщения.

Результаты. На основании проведенного анализа определены основные этапы эволюции концепции бизнес-модели предприятия, систематизированы основные подходы к трактовке сущности данной категории и предложено авторское определение дефиниции «бизнес-модель предприятия».

Научная новизна. Получило дальнейшее развитие определение сущности бизнес-модели – как основы конкурентных преимуществ предприятия, которая описывает процесс генерирования прибыли, характеризует способ организации бизнеса, фокусируется на внут-

ренних бизнес-процессах предприятия и их структуре, раскрывает знания об элементах бизнеса, показывает логику создания ценности в бизнес-системе и условия обеспечения ее качества и раскрывает новые возможности бизнеса, которое в отличие от существующих подходов основывается на комплексном подходе к пониманию сущности данной категории.

Практическая значимость. Понимание сущности термина «бизнес-модель» и определение его ключевых аспектов является теоретическим основанием для определения целевых ориентиров развития предприятия, направленных на повышение эффективности его функционирования в трансформационных условиях хозяйствования.

Ключевые слова: бизнес-модель, концепция, эволюция, сущность, подходы.

Purpose. The aim is to study the theoretical aspects of the concept of the business model of the enterprise, and systematic research scientists' view on the interpretation of the essence of the term «business model».

Methods. The study used the method of analysis, synthesis and generalization.

Results. Based on this analysis, the main stages of the evolution of the concept of the business model of the enterprise, systematized the main approaches to the interpretation of the essence of this category and the author's definition proposed definition of «business model».

Scientific novelty. Developed further determine the nature of the business model – as a basis for competitive advantages, which describes the process of generating a profit, features a method of business organization, focuses on the internal business processes of the company and its structure reveals knowledge about the elements of business, shows the logic of value creation in business system and conditions to ensure its quality and opens up new business opportunities, which, in contrast to the existing approaches based on a comprehensive approach to understanding the essence of this category.

Practical relevance. Understanding of the term «business model» and the definition of its key aspects is the theoretical basis for determining the targets of the company to improve its efficiency in the transformation of economic conditions. Tags: business model, concept, evolution, nature, approaches.

Key words: business model, concept, evolution, nature, approaches.

Рекомендовано до публікації д-ром екон. наук,
проф. Фроловою Л.В. Дата надходження рукопису 29.11.2012 р.

УДК [005.4:004.78]:339.17

Ликова О.І.

Донецький національний університет економіки
і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського,
м. Донецьк, Україна, e-mail: admin@study.dn.ua

АНАЛІЗ АУТСОРСИНГУ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Lykova O.I.

Donetsk National University of Economics and
Trade named after Mykhayilo Tugan-Baranovsky,
Donetsk, Ukraine, e-mail: admin@study.dn.ua

ANALYSIS OF OUTSOURCING INFORMATION SECURITY

Мета. Метою статті є аналіз аутсорсингу інформаційних технологій щодо інформаційної безпеки торговельного підприємства.