



Міністерство освіти і науки України
Національний університет
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка» (Україна)
Навчально-науковий інститут фінансів,
економіки, управління та права
Полтавський науково-дослідний експертно-криміналістичний
центр МВС України



Державна установа «Інститут економіки та прогнозування Національної
академії наук України» (Україна)

Сумський державний університет (Україна)

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна (Україна)

Національний університет харчових технологій (Україна)

Hochschule Burgenland. University of Applied Sciences (Австрія)

Jagiellonian University (Польща)

СУЧАСНА ЕКОНОМІЧНА НАУКА: ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА

Матеріали XV Всеукраїнської науково-практичної
Інтернет-конференції з міжнародною участю
12 листопада 2025 року



Полтава 2025

ключовими чинниками забезпечення стабільного функціонування підприємства. Від оптимальної структури активів і раціонального вибору джерел їх фінансування залежить рівень ліквідності, рентабельності та фінансової стійкості суб'єкта господарювання. Системний підхід до управління активами сприяє ефективному використанню ресурсів, мінімізації ризиків і підвищенню прибутковості підприємства.

Література

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1999 № 996-XIV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text> (дата звернення: 28.10.2025).

2. Брагіна О.С., Стельмащук Д.Д. Економічна сутність активів підприємства. *Економічний журнал Одеського політехнічного університету*. №4(30). 2024. С. 16-24.

3. Гаєнко М.М., Омеляненко Д.О. Методичні підходи до аналізу формування та ефективного використання активів у рамках невизначеності та ризику. *Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Економіка і менеджмент»*. Вип. 2(94). 2023. С. 19-24.

УДК 330.3

Лобас В.Г., студентка
Хадарцев О.В., к.е.н., доцент
Національний університет
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

БІЗНЕС-МОДЕЛЬ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У процесі розвитку економіки та господарської діяльності стало зрозуміло, що потрібно чітко пояснити, як саме підприємства створюють і доставляють цінність своїм споживачам, а також як отримують прибуток. Для цього з'явилося поняття «бізнес-модель», яке сьогодні є важливою частиною управління підприємствами. Спочатку такого терміну, як «бізнес-модель», у наукових працях не було. Економісти більше досліджували загальні принципи функціонування фірм і підприємств. Але з часом, особливо з розвитком нових технологій та Інтернету наприкінці ХХ століття, стало очевидно, що потрібно краще описувати, як працюють нові компанії, які використовують нестандартні підходи до ведення бізнесу [1, с. 12]. У 2004 році швейцарський дослідник Александр Остервальдер, у співпраці з Івом Піньє, почав розробляти універсальний шаблон опису бізнес-моделі, який згодом став основою книги *Business Model Generation* [2]. У ній запропонована «канва бізнес-моделі» - візуальна схема, яка допомагає описати основні компоненти бізнесу:

1. Клієнтські сегменти;

2. Ціннісні пропозиції;
3. Канали збуту;
4. Відносини з клієнтами;
5. Джерела доходів;
6. Ключові ресурси;
7. Основні дії;
8. Партнерства;
9. Структура витрат.

Цей підхід зробив поняття «бізнес-модель» простим, універсальним і зручним як для підприємців, так і для інвесторів. Термін «бізнес-модель» з'явився у науковій літературі та професійному середовищі менеджерів не так дивно, тому досі не має одного чіткого визначення. Щоб краще зрозуміти, що це таке, варто розібратися в значенні складових:

- бізнес – це будь-яка діяльність, мета якої – отримання прибутку;
- модель – це спрощене уявлення або опис чогось: процесу, об'єкта чи явища.

Основна суть таких визначень полягає у відповіді на кілька ключових питань [3]:

1. Як компанія веде свій бізнес? Тут ідеться про структуру та взаємодію між основними учасниками процесу – споживачами, постачальниками, посередниками, інвесторами – і об'єктами діяльності, такими як продукти, послуги, процеси тощо.

2. Які ресурси компанія використовує для ведення бізнесу? Це включає специфічні ресурси, здібності та компетенції, які є в розпорядженні компанії.

3. Яку цінність компанія створює для своїх клієнтів? Важливою ознакою бізнес-моделі є її орієнтація на створення значної додатної вартості для споживачів.

4. Як компанія заробляє прибуток? Цей аспект визначає фінансовий механізм бізнес-моделі, що доповнює її економічну діяльність.

Таблиця 1 – Визначення бізнес-моделі [1, с. 19]

Автор	Рік	Визначення
Тімерс П.	1998	Бізнес-модель – це описання бізнес-архітектури продуктів, сервісного обслуговування та інформаційних потоків, а також взаємодії різноманітних бізнес-гравців для отримання вигоди.
Карр Н.	1999	Бізнес-стратегія – це теорія, а бізнес-модель – гіпотеза.
Хамел Г.	2000	Бізнес-модель – це втілена на практиці концепція певного бізнесу, що складається з чотирьох елементів: ключової стратегії, стратегічних ресурсів, профілю споживачів і структури цінності.

Автор	Рік	Визначення
Раппа М.	2001	Бізнес-модель – це метод здійснення бізнесу, за допомогою якого компанія отримує прибуток. Бізнес-модель дозволяє описати механізм створення доходу компанією та визначити її місце в ланцюжку створення цінності.
Томпсон-мол., А. А. Стрікленд А. Дж	2001	Бізнес-модель – це економічна складова стратегії компанії, що описує спосіб отримання компанією прибутку. Тобто її основним завданням є забезпечення ефективності стратегії компанії з погляду отримання прибутку.
Чесбро Г.	2002	Бізнес-модель – це опис способу перетворення вхідних ресурсів і технологій у вихідну економічну цінність. Використав поняття «відкрита бізнес-модель»

Отже, бізнес-модель – це сукупність елементів, що характеризують принцип логіки її функціонування на основі ефективного використання у бізнес-процесах компетенцій і стратегічних ресурсів з метою створення продукту (послуги) з високою цінністю, що відповідає пріоритетами споживачів і забезпечує зростання прибутку.

Література

1. Швиданенко Г.О., Ревуцька Н.В. Формування бізнес-моделі підприємства: навч. посіб. Київ : КНЕУ ім. Вадима Гетьмана, 2013. 423 с.
2. Osterwalder A., Pigneur Y. Business Model. Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. John Wiley and Sons Ltd, 2010. 288 р.
3. Юр'єва І. Сучасні підходи в аналізі ефективності бізнес-моделей. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки)*.2024. №2. С. 20-23. DOI: 10.20998/2519-4461.2024.2.20.