

Чебакова Тетяна О.,
к.е.н., доцент кафедри бізнес-економіки та підприємництва
ДВНЗ «КНЕУ ім. В. Гетьмана»,
Проспект Перемоги 54/1, Київ, Україна
email: t.chebakova@kneu.edu.ua
ORCID ID: 0000-0002-0370-4981

Чебаков Денис О.
аспірант кафедри бізнес-економіки та підприємництва
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана,
email: denischebakov887@gmail.com

Лобойко Варвара І.,
ФЕтаУ, 051 економіка підприємства, 4 курс,
ДВНЗ «КНЕУ ім. В. Гетьмана»,
Проспект Перемоги 54/1, Київ, Україна
email: labarbarka@gmail.com

Теплюк Марія А.,
к.е.н., доцент кафедри бізнес-економіки та підприємництва
ДВНЗ «КНЕУ ім. В. Гетьмана»,
Проспект Перемоги 54/1, Київ, Україна
email: maria_6.11@kneu.edu.ua
ORCID ID: 0000-0001-6823-336X

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-МОДЕЛІ ПІДПРИЄМСТВА

Chebakova Tetiana
Ph.D., Associate Professor department of Business Economics and Entrepreneurship
KNEU named after Vadym Hetman
Peremohy avenue 54/1, Kyiv, Ukraine
email: t.chebakova@kneu.edu.ua
ORCID ID: 0000-0002-0370-4981

Chebakov Denis,
Ph.Dstudent of Business Economics
and Entrepreneurship Department,
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman (Kyiv, Ukraine)
email: denischebakov887@gmail.com

Loboiko Varvara
student, KNEU named after Vadym Hetman
Peremohy avenue 54/1, Kyiv, Ukraine
email: labarbarka@gmail.com

Tepliuk Mariia
Ph.D., Associate Professor department of Business Economics and Entrepreneurship
KNEU named after Vadym Hetman
Peremohy avenue 54/1, Kyiv, Ukraine
email: t.chebakova@kneu.edu.ua
ORCID ID: 0000-0002-0370-4981

INNOVATIVE APPROACHES TO BUSINESS MODEL OF ENTERPRISE FORMATION

Анотація. На сьогоднішній день актуальними є питання функціонування підприємств та забезпечення їх конкурентних позицій, бізнес-модель підприємства як інструмент для опису створення цінності підприємства та його продукту, у цьому

питанні займає чи не найпершу роль. Бізнес-модель — це частина стратегії ведення бізнесу, тому не дивно що це проблемне питання хвилює багатьох підприємців, економістів, вчених. Метою дослідження слід вважати визначення теоретичної бази понять бізнес-моделі підприємства та формування пропозицій щодо підвищення ефективності бізнес-моделей підприємства. Відповідно до зазначеної мети у ході дослідження поставлено та вирішено основні завдання, серед яких дослідження сутності основних понять та складових бізнес-моделі, визначення методичних підходів та елементів що впливають на формування бізнес-моделі.

Основне проблемне питання полягає у забезпеченні ефективного функціонування бізнес-моделі підприємства, а також у відповідності методів для побудови та аналізу підприємства та його бізнес-моделі як умови конкурентоспроможності до ринкової ситуації, її зміни із часом. На цій проблемі також наголошували такі автори — Г. Хамел та К. К. Прахалад. Бізнес-моделі не є орієнтованими на майбутні ринки, тобто по суті розраховані на існуючі умови ринків. З одного боку це значно спрощує поняття підприємством основних аспектів формування бізнес-стратегії, але не готує її до створення інноваційного продукту, виходу у так званий блакитний океан, де розвиток відбувається із меншою кількістю конкурентів. Запропонована модель — «Модель перспектив бізнес-моделі підприємства» дозволить вирішити цю проблему, та розглянути у комплексі поняття сучасна та майбутня або прогнозована бізнес-модель підприємства. В основу моделі було покладено поняття змін, руху, інноваційності, модернізації. Обрані блоки досить влучно відбивають основні процеси, діяльність, що відбуваються на підприємстві, а тому запропоновані рішення направлені на оновлення елементів бізнес-моделі підприємства. Оновлення усіх блоків, або основних елементів бізнес-моделі, дозволить щоразу змінювати, корегувати, модернізувати діяльність компанії та підходи до визначення цієї діяльності. Передбачається що зміни в усіх запропонованих блоках по перше допоможуть підприємству краще орієнтуватись в потребах споживачів, по друге часта зміна елементів моделі допоможе підприємству у разі непередбачуваних ситуацій, таких як зміна ринку, ринкового попиту — мобілізувати свої зусилля, як воно робило коли змінювало елементи бізнес-моделі.

Ключові слова: конкурентоспроможність, бізнес-модель, бізнес-процес, середовище підприємства, ціннісна пропозиція, ключові ресурси.

Abstract. Today the issues of functioning of enterprises and ensuring their competitive positions are relevant, the business model of the enterprise as a tool to describe the value creation of the enterprise and its product, in this issue is perhaps the most important role. The business model is part of the business strategy, so it is not surprising that this problem worries many entrepreneurs, economists and scientists. The purpose of the study should be to determine the theoretical basis of the business model of the enterprise and the formation of proposals to improve the efficiency of business models of the enterprise. In accordance with this goal, the study set and solved the main tasks, including the study of the essence of the basic concepts and components of the business model, the definition of methodological approaches and elements influencing the formation of the business model. The main problem is to ensure the effective functioning of the business model of the enterprise, as well as compliance with methods for building and analyzing the enterprise and its business model as a condition of competitiveness in the market situation, its change over time. This problem was also emphasized by the following authors — G. Hamel and K. K. Prahalad. Business models are not focused on future markets, ie they are essentially designed for existing market conditions. On the one hand, it greatly simplifies the company's understanding of the main aspects of business strategy, but does not prepare it to create an innovative product, access to the so-called blue ocean, where development takes place with fewer competitors. The proposed model — «Model of prospects of the business model of the enterprise» will solve this problem, and consider in a complex concept of current and future or projected business model of the enterprise. The model was based on the concepts of change, movement, innovation, modernization. The selected blocks quite accurately reflect the

main processes, activities taking place in the enterprise, and therefore the proposed solutions are aimed at updating the elements of the business model of the enterprise. Updating all the blocks, or the main elements of the business model, will allow you to change, adjust, modernize the company's activities and approaches to defining these activities. It is assumed that changes in all proposed units will help the company to better navigate the needs of consumers, and secondly, frequent changes in the elements of the model will help the company in case of unforeseen situations such as changes in the market, market demand. models.

Key words: competitiveness, business model, business process, enterprise environment, value proposition, key resources.

JEL Classification: M20

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Діяльність підприємства повинна бути чітко визначена та окреслена, для розуміння і побудови бізнес-процесів які відбуваються на підприємстві, здебільшого в COVID-залежному соціально-економічному просторі. В бізнес-моделі підприємства, науковці та практики намагаються врахувати більшість чинники, які можуть здійснити вплив на розвиток підприємства, зокрема дана проблематика актуалізується в COVID-залежному соціально-економічному просторі. Поняття бізнес-моделі можна трактувати по різному, наприклад як поєднання стратегічної концепції фірми і технології щодо її практичної реалізації, зокрема дії підприємства по відношенню до споживача із розробкою та створенням відповідних споживчих пропозицій, або як сукупність різних елементів, зокрема: ціннісні пропозиції, сегменти клієнтів, взаємовідносини з клієнтами, потоки доходів, витрат, тощо.

Саме тому, в роботі приділено увагу як тлумаченню поняття бізнес-моделі підприємства так і проведено аналіз методичних підходів до оцінювання бізнес-моделі. Під час дослідження даної проблематики, було ідентифікувати ключові проблеми формування бізнес-моделі як умови забезпечення конкурентоспроможності підприємства, саме тому, ми наголошуємо на потребі запровадження чинника динамічності для формування бізнес-моделі та її видозміни як реакцію на турбуленцію ринкового середовища. Авторами запропоновано «Модель перспектив бізнес-моделі підприємства», яка полегшує процес ідентифікації ключових параметрів підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження проведено на основі наукових праць вітчизняних і зарубіжних фахівців, що займаються проблемами управління підприємницькою діяльністю, побудовою бізнес-моделі підприємства, стратегіям ведення бізнесу, але ми хотіли б відзначити, саме: І.Т. Балабанова, В.В. Зянька, С.М. Ілляшенко, Н.В. Краснокутську, О.Є. Кузьміна, Р.А. Фатхутдінова, П.С. Харіва, Н.І. Чухрай, М.М. Гавриленко. Разом з тим, Г. Хамел та К.К. Прахалад наголошують на основній проблемі класичних бізнес-моделей, а саме те що вони не є орієнтованими на майбутні ринки, тобто по суті розраховані на існуючі умови ринків. З одного боку це значно спрощує розуміння для підприємства основних аспектів формування бізнес-стратегії, але не готує її до створення інноваційного продукту, виходу у так званий блакитний океан.

Методика дослідження. У науковій роботі були використанні такі методи дослідження: системного підходу — для формування визначення поняття

«бізнес-модель» на основі різних підходів до його трактування, монографічний — для вивчення окремих процесів, елементів та виявлення причинно-наслідкових зв'язків їх розвитку на підприємстві, метод порівняння та формалізації — для визначення схожих та відмінних рис у різних концепціях щодо визначення бізнес-моделі підприємства та її елементів, гіпотетично-дедуктивний — для висування припущень і ознайомлення із матеріалами, що потребують роз'яснень, моделювання — для побудови моделі, що відображає перспективи бізнес-моделі підприємства та враховує зміни середовища, у якому воно перебуває.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Відсутність уявлення про майбутні вектори розвитку, унеможлиблюють побудову якісних бізнес-моделей з врахуванням COVID-залежного соціально-економічного простору.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Стаття має на меті: дослідити методичні підходи до формування бізнес-моделі підприємства; визначити сутність понять «конкурентоспроможність», «бізнес-модель», «бізнес-процес», «ключові ресурси», «ціннісна пропозиція»; проаналізувати особливості оцінювання бізнес-моделей; систематизувати фактори впливу на бізнес-моделі; запропонувати спосіб вирішення проблеми.

Виклад основного матеріалу дослідження. Бізнес-модель підприємства та її складові під впливом COVID-факторів є досить актуальним питанням сьогодення для забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Вміння вірно та ефективно вибудувати систему впровадження інноваційних технологій, методів, підходів дозволить забезпечити налагоджене функціонування будь якого підприємства. Функціонування підприємства та його ефективність залежить від багатьох чинників, які власник повинен не тільки враховувати, але і покращувати та реформувати. Дуже важливою є правильна розстановка пріоритетних напрямків реформування та проведений аналіз підприємства, його зовнішнього та внутрішнього середовища, обрання своїх сильних сторін, виявлення недоліків, тощо. Для ідентифікації факторів впливу на діяльність підприємства, використовують різні інструменти бізнес-моделей.

Зазначимо, що вірно побудована бізнес-модель підприємства відображає не тільки якість його зовнішнього функціонування, тобто взаємовідносини з клієнтами, налагоджені збутові та інші зв'язки з стейкхолдерами, але і внутрішнього, тобто перебіг справ в компанії. Разом з тим, своє відображення мають процеси створення цінності для споживача та всередині компанії, тобто ті що стосуються персоналу, спільні цінності компанії, кореляція між цілями працівників та цілями компанії, визначення пріоритетних напрямків розвитку.

Для забезпечення ефективного функціонування бізнес-моделі підприємства виникає необхідність виконання декількох кроків, а саме:

- Перший крок — це аналіз елементів бізнес-моделей, тобто всебічний опис та ідентифікація їх вагомості.

- Другий крок — це оцінювання вагомості кожного елементу з подальшим їх ранжування.

- Третій крок — це покращення, удосконалення, реструктуризація взаємодій елементів бізнес-моделі для підвищення їх конкурентоспроможності.

В ході наукового дослідження не вдалося виявити найкраще бачення бізнес-моделі. Відповідно варто зауважити, що сучасні бізнес-моделі не є стійкими до

турбулентних ринкових умов, і безперечно потребують додаткових рекомендацій щодо покращення. Саме тому, пропонуємо нове бачення бізнес-моделі підприємства, так звану «Модель плюс-мінус» на рисунку 1.

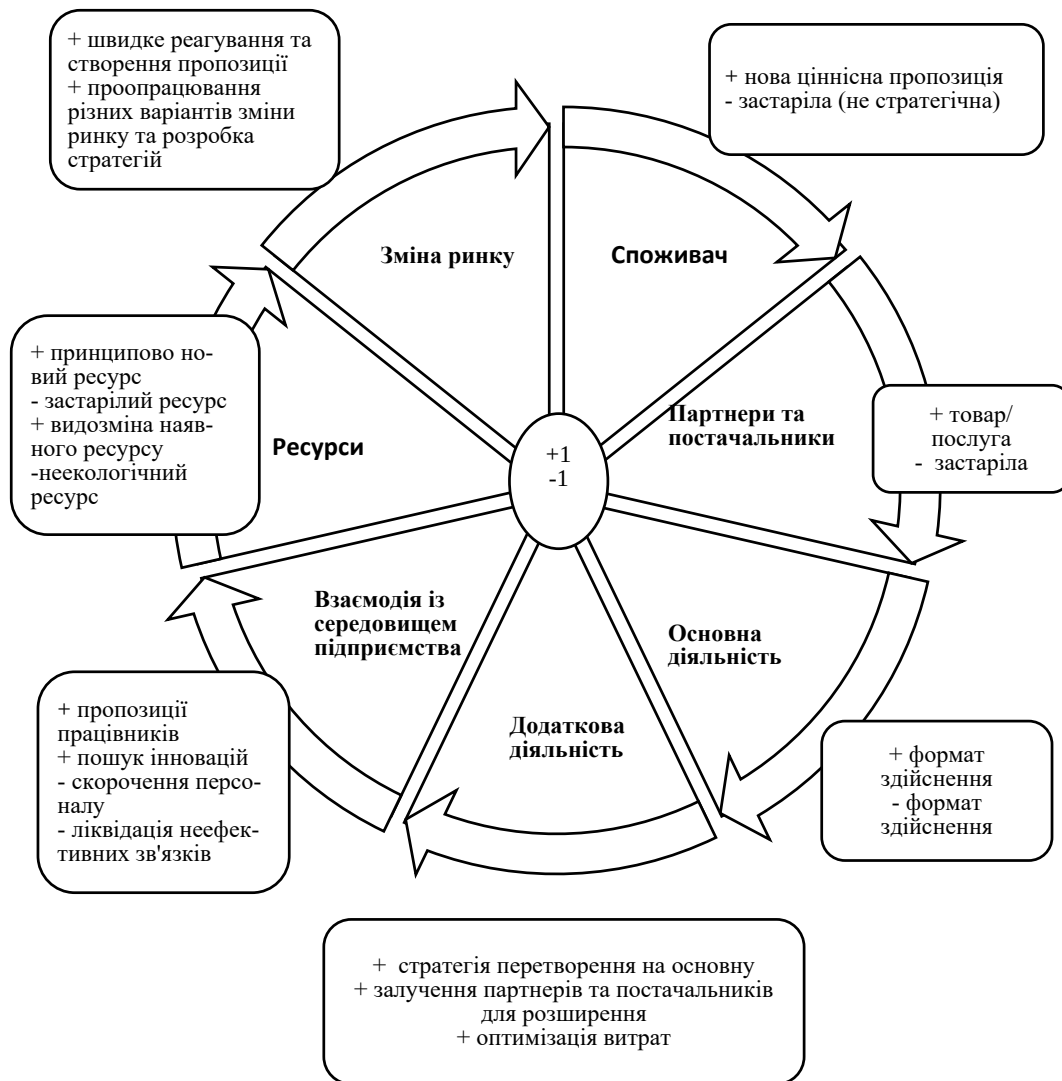


Рис. 1. Модель перспектив бізнес-моделі підприємства (Модель плюс-мінус)

Джерело: сформовано автором

Відповідно до розробленої моделі, яка має 7 блоків, здійснюється правило «+–», яке говорить про створення чогось нового та позбавлення від застарілого. Наприклад, перший блок, який варто аналізувати це блок споживачів. Окрім аналізу цього блоку за різними підходами для розгляду його у динаміці та прогнозування змін, підприємству варто додати нову ціннісну пропозицію для

споживачів та усунути застарілу. Оскільки ціннісна пропозиція, це не тільки прописане речення у плані, а ціла низка змін, яка може включати модернізацію товару чи послуги або створення нової, то її реалізація, тобто створення буде потребувати багатьох зусиль та вмінь.

Позбавлення від застарілої ціннісної пропозиції допоможе підприємству позбутись від неякісних товарів чи послуг, тих що втрачають свої позиції та перекинути зусилля на ту ж нову цінність. Окрім того у перспективі підприємство має залучати інших споживачів, та споживачів для створення ціннісної пропозиції, для визначення попиту. Це можна робити через опитування, підключення різних додатків та створення інформаційних джерел, порталів про діяльність підприємства.

Також, варто використовувати аналіз непрямих чинників формування попиту споживачів, таких як уподобання, колір, форма тощо. Можна скористатись розробкою для компанії каскаду пріоритетів. Також скористатись прогнозуванням, видозміною потреби для споживачів з точки зору інструменту Jobs to be done. Інструмент Jobs to be done допомагає створювати продукти, які потрібні споживачам. На питання чому важливий цей інструмент, можна відповісти, що по перше цей інструмент допомагає бізнесам та підприємствам фіксувати і класифікувати бажання та потреби своїх клієнтів, по друге як тільки бізнес чи підприємство зможе зрозуміти потреби своїх клієнтів, воно зможе зрозуміти, які потреби не задовольняються, і по третє бізнеси та підприємства зможуть зрозуміти які рішення необхідно розробити для задоволення цих потреб.

Таким чином, інструмент допомагає підвищити цінність для клієнтів. Також в основі цього інструменту лежить мета або потреба споживача, тобто він не купує якийсь товар, а лише бере його, 'наймає' для задоволення своєї потреби. Доцільним буде визначити також потребу не тільки споживача, але і самого підприємства(працівників), як споживача вигод від діяльності підприємства. Мається на увазі чого прагне підприємство- зростання, розширення, освоєння нових напрямків діяльності тощо. При цьому варто пам'ятати що хоча підприємство це і є працівники, проте цілі можуть бути різними. Важливо знайти точки дотику та визначити спільні напрямки руху і для працівників і для підприємства у особі власників. Для цього потрібна якісна система комунікації.

Другий блок — партнери та постачальники передбачає обов'язкові зв'язки із іншими підприємствами та компаніями, вони можуть бути незначні але все ж їх наявність допоможе підприємству розвиватись. Цей блок передбачає по перше ліквідацію застарілого товару, ресурсу, послуги від постачальника, або послуги від партнера та по друге передбачає взяття у партнера або постачальника чогось нового- той же товар, ресурс, послугу або створення взаємозв'язку наприклад. Під взаємозв'язком мається на увазі створення якоїсь нової угоди, спільна участь у конференціях, випусках продукції тощо. Також це створення пропозиції партнерам та постачальникам, пошук нових точок дотику, співпраця із наявними партнерами та постачальниками на видозмінених умовах, сумісне навчання персоналу, створення сумісних анонсів, конференцій, передання досвіду або інші ідеї.

Третій та четвертий блоки- це основна та додаткова діяльність. Деякі принципи для них є схожими, наприклад це + видозміна формату, — формат. Тобто це і здійснення продажів- пошук нових платформ, різних інших засобів анонсів

продукції, і опитування споживачів, і способи створення цінності тощо. Для додаткової діяльності передбачений більший її розвиток. Такий розподіл рекомендацій зроблений з огляду на зміну ринкового середовища і додаткова діяльність розглядається як така, що може врятувати підприємство, якщо відбудуться коливання із основною діяльністю. Основна ідея також у тому, що підприємство має мати хоча б декілька профілів своєї діяльності, а не бути однопрофільним.

Четвертий блок це блок взаємодії із середовищем підприємства. Відповідно розглядається два середовища — внутрішнє та зовнішнє, та передбачається активна участь що там, що там. Правила які виділені до цього блоку, направлені на пошук та залучення інновацій, співпрацю із інноваційними центрами, фірмами які користуються послугами підприємства, різними інститутами. Також щодо внутрішнього середовища то це залучення працівників до загального формування підприємства, це їх пропозиції, різні методи удосконалення процесів, формування стійкої команди, що передбачає і набір кваліфікованих кадрів, і ліквідацію неефективних працівників, а також різні системи навчання та мотивації.

П'ятий блок відображає те, що може знадобитись підприємству для реалізації попередніх блоків — це ресурси. Передбачається на основі аналізу ресурсів ліквідація застарілого ресурсу, пошук нового, також видозміна ресурсів. Можливе перетворення ресурсу на стратегічний або ключовий ресурс. Це робиться для максимізації користі від ресурсу що використовується.

Шостий, заключний блок — це блок зміна ринку. Ідея, яка закладається у цей блок, це вплив на зміну ринку, поведіння підприємства, також певною мірою навпаки — вплив ринку на підприємство. Для подолання негативних змін при зміні ринкової ситуації передбачене швидке реагування та створення нової найсучаснішої пропозиції. Доцільно буде попередити будь-які зміни ринкового середовища, для цього передбачена розробка та прогнозування дій конкурентів, ринку, проопрацювання різних варіантів зміни ринку та розробка стратегій на майбутнє при змінах ринку. Також до цього блоку можна віднести абстрагування від частини ринку, через перехід до іншого бізнес-середовища, наприклад до блакитного океану.

Модель перспектив бізнес-моделі підприємства варто використовувати у комбінації із бізнес-моделлю Остервальдера, для того щоб визначати поточний стан підприємства. Це система яка може застосовуватись хоч кожні півроку, таким чином відбуватиметься оновлення усіх блоків, або основних елементів бізнес-моделі, що дозволить щоразу змінювати, корегувати, модернізувати діяльність компанії та підходи до визначення цієї діяльності. Окрім того, залучення клієнтів до цього процесу безпосередньо, як кінцевих споживачів, тобто тих для кого створюються ці товари та послуги допоможе коригувати ціннісну пропозицію, яка також змінюється разом із ринковим середовищем та вимогами споживачів.

Висновки і перспективи подальших наукових досліджень. Отже, підводячи підсумки варто зазначити, що головною умовою конкурентоспроможності підприємства є його визначена та обґрунтована бізнес-модель, при цьому вона може і повинна змінюватись під впливом часу та сучасних потреб ринку. Також були досліджені різні підходи до формування бізнес-моделі підприємства, разом із її складовими, визначені сутності ключових понять даної роботи. Були проаналізовані особливості оцінювання ефективності бізнес-моделей підпри-

ємств. Досить влучною була систематизація факторів впливу на ефективність бізнес-моделі підприємства.

Загалом можна виділити такі ключові висновки як :

1. Бізнес-модель підприємства, як модель що враховує чинники формування і реалізації потенціалу підприємства, здійснення його діяльності стає умовою забезпечення конкурентоспроможності підприємства;

2. Правильно визначена (підібрана) бізнес-модель в контексті діяльності підприємства забезпечить йому конкурентну перевагу;

3. Основа формування бізнес-моделі — це її складові, тобто складові підприємства. Найважливіші елементи це: сегменти клієнтів, ціннісні пропозиції, канали розподілу, взаємини з клієнтами; потоки доходу, ключові ресурси та основна діяльність;

4. Для досягнення конкурентоспроможності підприємство може використовувати різні моделі, інструменти та підходи для аналізу своєї діяльності, тобто бізнес-моделі, а також видозмінювати бізнес-модель.

5. Підходів до оцінювання елементів бізнес-моделей підприємства є безліч, краще використовувати поєднання якісного та кількісного аналізу для досягнення найбільш різностороннього результату;

6. Для аналізу та оцінки бізнес-моделей можуть використовуватись загальні показники діяльності підприємства, а також показники по кожному елементу (блоку) окремо;

7. Визначення або формування бізнес-моделі підприємства охоплює всі його організаційні структури, підрозділи а також стосується усіх процесів на підприємстві та йде нерозривно із місією та цілями.

Також варто зауважити, що у даній роботі була врахована також основна проблема бізнес-моделей, яка була зазначена на початку, а саме відсутність орієнтації на майбутній ринок та відсутності у бізнес-моделі орієнтирів на майбутнє для підприємства. Запропонована модель — «Модель перспектив бізнес-моделі підприємства» дозволить вирішити цю проблему, та розглянути у комплексі поняття сучасна та майбутня або прогнозована бізнес-модель підприємства.

В основу моделі було покладено поняття змін, руху, інноваційності, модернізації. Обрані блоки досить влучно відбивають основні процеси, діяльність, що відбуваються на підприємстві, а тому запропоновані рішення направлені на оновлення елементів бізнес-моделі підприємства. Оновлення усіх блоків, або основних елементів бізнес-моделі, дозволить щоразу змінювати, корегувати, модернізувати діяльність компанії та підходи до визначення цієї діяльності.

Передбачається що зміни в усіх запропонованих блоках по перше допоможуть підприємству краще орієнтуватись в потребах споживачів, по друге часта зміна елементів моделі допоможе підприємству у разі непередбачуваних ситуацій, таких як зміна ринку, ринкового попиту- мобілізувати свої зусилля, як воно робило коли змінювало елементи бізнес-моделі. Перші 6 блоків розташовані у порядку найбільш доцільного їх аналізу, також вони можуть перетинатись між собою, та мати взаємозв'язки. Останній блок моделі містить деякі рекомендації щодо того, як не тільки реагувати на зміни ринку, але як ці зміни уникнути або самому створювати.

Література

1. Tepliuk M.A., Investment Attractiveness of Enterprises in the Context of Effective Management of Resource Provision / M.A. Tepliuk, M.A. Budiaiev // БІЗНЕС ІНФОРМ. — 2016. — № 7. — С. 114–118.
2. Лобойко В.І. Практичні аспекти розвитку концепції ампакт-інвестування. зб. наук. статей III Міжнар. наук-практ. конф. Актуальні питання права та соціально-економічних відносин. 2021. С. 240–244.
3. Tesch J.F. The Evaluation Aspect of Digital Business Model Innovation. In: Tesch J. (eds) Business Model Innovation in the Era of the Internet of Things. Progress in IS. Springer / Tesch J.F., Brillinger Cham A.S. (2019).
4. Alexa M. Business Model Evaluation — A Conceptual Approach. Review of Economic and Business Studies, Alexandru Ioan Cuza University, Faculty of Economics and Business Administration, issue 14, 2014. С. 245–260.
5. Скриль В.В. Бізнес-моделі підприємства: еволюція та класифікація. Економіка і суспільство. 2016. № 7. С. 490–497. URL: http://economyandsociety.in.ua/journal/7_ukr/82.pdf
6. Ревуцька Н.В. Теоретичні аспекти формування бізнес-моделі підприємства. Стратегія економічного розвитку України. 2002. № 6 (13). С. 232–235.
7. Вавдіюк Н.С, Іванчук В.Ю. Оцінка економічного піратства в Україні: методи протидії. Економічний форум. 2016. № 4. С. 4–15. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ecfor_2016_4_3.pdf
8. BSA: Глобальное исследование рынка ПО 2018. URL:<http://www.bsa.org/> 5. Software Piracy Stat Watch. Revulytics. URL: <https://www.revulytics.com/resources/stat-watch> 6. Categories of Free and Non-Free Software. GNU Operating System. URL: <http://www.gnu.org/philosophy/categories.html>
9. Шевчук Р.П. Опорний конспект лекцій з дисципліни «Методи та засоби захисту програмного забезпечення», для студентів напрямку «Комп'ютерні науки». Тернопіль, 2007. 50 с.
10. Kincaid J. StartupSchool: Wired Editor Chris Anderson On Freemium Business Models. Techcrunch.com — 2009. URL: <https://techcrunch.com/2009/10/24/startup-school-wired-editor-chris-anderson-on-freemium-business-models/>

References

1. Tepliuk M.A., Investment Attractiveness of Enterprises in the Context of Effective Management of Resource Provision / M.A. Tepliuk, M.A. Budiaiev // BIZNES INFORM. — 2016. — № 7. — S. 114–118
2. Loboiko V.I. Praktichni aspekti rozvitku koncepcii ampakt-investuvannya. zb. nauk. statej III Mizhnar. nauk-prakt. konf. Aktual'ni pitannya prava ta social'no-ekonomichnih vidnosin. 2021. S. 240–244.
3. Tesch J.F. The Evaluation Aspect of Digital Business Model Innovation. In: Tesch J. (eds) Business Model Innovation in the Era of the Internet of Things. Progress in IS. Springer / Tesch J.F., Brillinger Cham A.S. (2019).
4. Alexa M. Business Model Evaluation — A Conceptual Approach. Review of Economic and Business Studies, Alexandru Ioan Cuza University, Faculty of Economics and Business Administration, issue 14, 2014. C. 245–260.
5. Skril' V.V. Biznes-modeli pidpriemstva: evolyuciya ta klasifikaciya. Ekonomika i suspil'stvo. 2016. № 7. S. 490–497. URL: http://economyandsociety.in.ua/journal/7_ukr/82.pdf
6. Revuc'ka N.V. Teoretichni aspekti formuvannya biznes-modeli pidpriemstva. Strategiya ekonomichnogo rozvitku Ukraïni. 2002. № 6 (13). S. 232–235.

7. Vavdiyuk N.S, Ivanchuk V.YU. Ocinka ekonomichnogo piratstva v Ukraïni: metodi protidii. Ekonomichnij forum. 2016. № 4. S. 4–15. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ecfor_2016_4_3.pdf
8. BSA: Global'noe issledovanie rynku PO 2018. URL:<http://www.bsa.org/> 5. Software Piracy Stat Watch. Revulytics. URL: <https://www.revulytics.com/resources/stat-watch> 6. Categories of Free and Non-Free Software. GNU Operating System. URL: <http://www.gnu.org/philosophy/categories.html>
9. SHEvchuk R.P. Opornij konspekt lekcij z disciplini «Metodi ta zasobi zahistu programnogo zabezpechennja», dlya studentiv napryamku «Komp'yuterni nauki». Ternopil', 2007. 50 s.
10. Kincaid J. StartupSchool: Wired Editor Chris Anderson On Freemium Business Models. Techcrunch.com — 2009. URL: <https://techcrunch.com/2009/10/24/startup-school-wired-editor-chris-anderson-on-freemium-business-models/>