

## **БІЗНЕС МОДЕЛЬ ТА ІННОВАЦІЇ: ВПЛИВ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА**

**Майгурова Д.С., Місюня Р.М., Зубкова А.Б.**

*Національний технічний університет  
«Харківський політехнічний інститут»,  
м. Харків*

Сучасна ера глобалізації змушує нас справлятися з її наслідками та специфікою: уніфікація соціальних процесів, ріст використання мережі Інтернет, висока швидкість появи нових технологій, тощо. Відтак, процес глобалізації загострює конкуренцію між компаніями через ускладнення процесу підвищення їх конкурентоспроможності.

На сьогодні, продукція високотехнологічних компаній є невід'ємною частиною споживацького сегменту пересічного покупця. Беручи до уваги відсутність об'єктивної значущості самої технології, необхідно визначити яким чином бізнес-модель через комерціалізацію дозволяє розкрити приховану цінність інновації та довести можливість компанії конкурувати на ринку за умови наявності стійкої бізнес-моделі.

Основною проблемою дослідження є нездатність учасників ринку відповідати сучасним темпам розвитку світової науки разом із втратою значення конкуренції за товарами та послугами з подальшим переходом до більш жорсткої конкуренції моделей та систем стратегічного управління.

Дослідники та практики запропонували різні терміни для обґрунтування концепції бізнес моделі. Переважна більшість авторів приділяють значну увагу впливу бізнес-моделі на створення цінності, а також наголошують на виділенні бізнес-моделі у якості базису для побудови техніко-економічної мережі інновацій та створення життєздатної переваги товару, або компанії на певному ринку: «Бізнес-модель схожа на план стратегії, який повинен здійснюватися через організаційні структури, процеси та системи», — О. Остервальдер.

Для підвищення конкурентоспроможності підприємства було розглянуто вплив компонентів бізнес-моделей на даний показник. В результаті проведеної роботи було виділено 9 компонентів бізнес-моделей та 9 показників конкурентоспроможності, за якими проведено оцінку діяльності десяти найбільш впливових брендів виробників смартфонів.

Результати факторного та кореляційного аналізів, проведених на підставі даних провідних високотехнологічних компаній світу — виробників смартфонів показали, що компанії, які будують свої бізнес-моделі, ґрунтуючись на розвитку досліджень та розробці інноваційних продуктів при стійкому маркетинговому супроводі таких дій, мають кращі значення за показниками конкурентоспроможності, особливо, у довгостроковому періоді ( $r=0.651^*$ ). Безпосередньо, це знаходить відображення у репутації бренду компанії. Втім, й у короткостроковому періоду такі компанії мають конкурентну перевагу за фінансовими показниками діяльності та часткою ринку ( $r=0.698^*$ ).