

Інвестиційні та інноваційні процеси, управління якістю, управлінські та фінансові аспекти міжнародної конкурентоспроможності продукції та підприємства

**Зубкова А.Б.**, к.е.н., доцент НТУ «ХП», м. Харків

## **УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНИМ БІЗНЕСОМ: БІЗНЕС-МОДЕЛІ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ЦИФРОВИХ КОМУНІКАЦІЙ**

Попередніми дослідженнями було зазначено вплив цифрових комунікацій на мікро- та макрорівень розвитку суспільства, зокрема: масовому співробітництві, трансформації інститутів, трансформації суспільства (Tapscott, 2006, 2008, 2010). Втім, залишається невизначеним, яким чином змінюється загальна бізнес-модель при управлінні міжнародним бізнесом.

Існує близько двадцяти відомих бізнес-моделей. За компонентами бізнес-моделі поділяють на орієнтовані на продукт, виконавця та мережу; такі, що спеціалізуються на маркетингу (Osterwalder, 2004). Проте, найбільшого поширення набула бізнес-модель Олександра Остервальдера (Osterwalder, 2004), відома як Business Model Canvas. Отже, розвиток бізнес моделювання був пов'язаний із розробкою моделей управління електронним бізнесом (1998-2001 р.р.). У подальшому ключовим вектором розвитку бізнес-моделей стала концепція доданої вартості (2004-2012 р.р.): бізнес-модель Олександра Остервальдера (Osterwalder, 2004), бізнес-модель фірми (Tikkanen, Lamberg, 2005), пропозиція цінності для споживача (Johnson, Christensen, Kagermann, 2008), багатоцільова ієрархічна бізнес-модель (Lambert, 2012).

Втім, існуючі бізнес-моделі не інтегрують управління міжнародним бізнесом у середовище цифрових комунікацій, концентруючись, переважно, на моделюванні просування та продажів через Internet або електронному бізнесі. Виключення складає бізнес-модель Networked Enterprise (Chung, 2004), яка у подальшому знайшла своє відображення у хмаровому управлінні ланцюгами постачання.