

Аналіз міжнародного досвіду дозволив зробити висновок, що держава повинна мати спеціальні програми по прискоренню науково-технічного прогресу й інноваційному розвитку економіки. Такі програми, розроблені в рамках національної наукової політики, діють практично у всіх розвинутих країнах світу. В той же час в Україні наукова політика фактично відсутня. Є окремі фрагменти, але немає комплексної програми, а тим більше стратегії інноваційного розвитку.

У ХХІ ст. майбутнє будь-якої країни багато в чому буде визначатися її інноваційним потенціалом, умінням інтегруватися в науково-технічний прогрес. Країна, що володіє таким потенціалом, має вагомні конкурентні переваги, а відповідно, і чинники виходу з кризових ситуацій.

Стаття надійшла до редакції 07.12.2011 р.

УДК 334.757

Л. Руденко-Сударєва, доктор економічних наук, професор,
ДВНЗ "Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана"

СИСТЕМНА МОДИФІКАЦІЯ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ ГЛОБАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ: ЕВОЛЮЦІЯ ТЕОРЕТИЧНИХ ПІДХОДІВ

На основі фактів, накопичених вітчизняною і закордонною економічною наукою, розглянуто еволюцію теоретичних підходів щодо причин виникнення і розвитку глобальних компаній та їх бізнес-моделей; здійснено зближення альтернативних теорій шляхом створення загальної концептуальної основи та відокремлення превалюючих концепцій на засадах системного підходу.

Ключові слова: глобальні компанії, ТНК, бізнес-модель, архітектура бізнес-моделі, детермінанти внутрішнього потенціалу саморозвитку, рівняння цінності, архетипи бізнес-моделей.

Руденко-Сударєва Л. Системная модификация бизнес-моделей глобальных корпораций: эволюция теоретических подходов.

На основе фактов, собранных отечественной и зарубежной экономической наукой, рассмотрена эволюция теоретических

подходов относительно причин возникновения и развития глобальных компаний и их бизнес-моделей; осуществлено сближение альтернативных теорий путем создания обобщенной концептуальной основы и выявления преобладающих концепций на основе системного подхода.

Ключевые слова: *глобальные компании, ТНК, бизнес-модель, архитектура бизнес-модели, детерминанты внутреннего потенциала саморазвития, уравнение ценности, архетипы бизнес-моделей.*

Rudenko-Sudarieva L. System modification of the model of global corporations: the evolution of theoretical approaches.

Based on facts collected by domestic and foreign economic science evolution of theoretical approaches concerning the causes and development of global companies and their business models; alternative theories has the convergence through the establishment of a generalized conceptual framework and identify the prevailing concepts, based on a systematic approach.

Key words: *global companies, transnational corporations, business model, the business model architecture, the determinants of internal capacity for self-development, equation values archetypes business models.*

Економічна глобалізація, яка стала домінуючою тенденцією розвитку світового господарства на рубежі ХХ–ХХІ ст. внаслідок нового небаченого пришвидшення процесу багатовимірних структурних зрушень, визначила об'єктивний характер модифікацій у бізнес-моделях її основних фігурантів – глобальних корпорацій.

У працях зарубіжних і вітчизняних учених це знаходить своє, у цілому адекватне, відображення. Центром дослідницького інтересу частіше стають проблеми не тільки ефективності діяльності ТНК із традиційними цілями та організаційно-економічними формами, але й їх успішне функціонування в колі мотивацій та інтересів, набагато ширших ніж суто корпоративні, однак системний підхід до формування відповідних бізнес-моделей розвитку глобальних корпорацій, їх цілеспрямованих модифікацій ще не став превалюючим. Означені чинники посилюють необхідність вивчення функціональних основ розвитку ТНК як динамічної полісистемної бізнес-моделі.

До останнього часу цільові економічні дослідження з питань розвитку ТНК за рахунок та на засадах системного підходу були відсутні. Недостатньо активно розроблялись і використовувались

принципи полісистемного, комплексного підходу, коли певна проблема розглядається одночасно з різних боків і вирішується на підставі комплексного використання засобів і методів різних наукових дисциплін. Зрозуміло, що і об'єктом та предметом дослідження за такого підходу мають бути достатньо складні економічні явища та процеси, які органічно пов'язані із проблемою формування та розвитку управління діяльністю ТНК на засадах динамічності бізнес-моделі.

Процеси розвитку бізнес-моделей тривалий час перебувають у центрі уваги багатьох учених-економістів і дослідницьких інституцій. Вони висвітлені у працях А. Сливоцького, Б. Гейтса, Дж. Коллінза, Дж. Порраса, А. Сооляте і представляють постійний дослідницький інтерес протягом останніх десятиліть для вітчизняних науковців і практиків, втім архітектура бізнес-моделі визначена не досить чітко.

Факти, накопичені вітчизняною і закордонною економічною наукою, дозволяють розглянути еволюцію теоретичних підходів щодо причин виникнення і розвитку транснаціональних компаній. Зближення альтернативних теорій шляхом створення загальної концептуальної основи дозволило нам відокремити такі превалюючі концепції:

– Концепція інтерналізації економічних зв'язків, у руслі якої відзначаються праці А. Ругмана, Т. Коаза, П. Баклі, Г. Стівена, Г. Гроубела, Дж. Вілдсмита, Е. Кетона, В. Лорніста.

– Концепція конкурентних переваг, що відобразились у дослідженнях Дж. Даннінга, М. Портера, А. Ругмана, Г. Хамела, К. Прахалада.

– Концепція інтернаціоналізації, пояснення якої під різним кутом зору знайшло вияв у теоретичних дослідженнях таких авторів, як Дж. Гелбрейт, С. Хаймер, Ч. Кіндлебергер, Е. Чемберлен, Р. Вернон, Дж. Бхагватті, Х. Джоксон, К. Алленджандро, К. Акамацу, М. Портер, Х. Перлмуттер, Дж. Даннінг, А. Ругман, Х. Крукел, Дж. Мак Дональд, Г. Пайрекр, Дж. Стопфорд, Дж. Гроубел, П. Баклі, Р. Коаз, Л. Велш, П. Білаш, Дж. Кіллінг, Е. Колде, Р. Луостарінен, Р. Робінсон, Р. Волвурд, С. Рольф, Х. Крукел, Х. Ремерс, С. Хірш, Т. Агмон, М. Кассон, Ф. Рут.

– Концепція транснаціоналізації на основі філософсько-ідеологічної платформи, описана російським економістом О. Мовсесяном.

Поглиблений теоретичний аналіз окреслених концепцій, авторські узагальнення та уточнення дозволили по-новому ідентифікувати транснаціональну корпорацію як групу компаній, які не тільки: а) знаходяться і функціонують у різних країнах; б) контролюються штаб-квартирою, яка розташована переважно в одній конкретній країні; в) керуються загальною стратегією і скоординованою політикою; г) мають певні масштаби міжнародної діяльності, *але й* д) реалізують єдину бізнес-ідеологію із синтезом філософії волюнтаризму, прагматизму і лібералізму; е) втручаються у міжнародні політичні процеси, представляють собою їх нові суб'єкти; г) мають уніфіковану корпоративну систему бухгалтерського обліку і звітності, д) успішно функціонують на основі розвитку полісистемної динамічної бізнес-моделі.

Слід зауважити, що в економічній науці існують різні точки зору стосовно причин та складових успіху транснаціональних компаній. Зокрема, йдеться про ринкові імперфекції (С. Хаймер, Ч. Кіндлебергер, Е. Чемберлін), гонитву за лідером (К. Акамацу, Ніккербоккер), інтернальну структуру та трансакційні витрати (П. Баклі, М. Кассон), конкурентні переваги у вигляді різних груп чинників (Дж. Даннінг, Нарулла, М. Портер, А. Рагман), ключові компетенції (Г. Гамел, К. Прахалад), міжнародний характер діяльності (Л. Велш, Р. Луостарінен, Р. Робінсон, Лі Се Ун, Є. Хесін, В. Шинаєв, Ю. Юданов, М. Міронов, П. Хвойник).

Водночас здатність транснаціональних компаній залучати капітал може мати принципово відмінне пояснення. На нашу думку, можливість залучати й утримувати капітал обумовлена, з одного боку, здатністю ТНК гнучко реагувати на зміни зовнішнього середовища, що дозволяє використовувати позитивні процеси й уникати негативних впливів, руйнівних кризових явищ або мінімізувати їх, та, з другого боку, наявністю внутрішнього потенціалу саморозвитку, який виступає рушійною силою економічних підйомів, формує потужність ТНК і забезпечує їй певні позиції у міжнародному масштабі. Обидва чинники взаємопов'язані і справляють певний вплив один на одного, що

дозволило нам об'єднати їх у єдиній моделі, яка характеризує успішну діяльність сучасних транснаціональних компаній.

Слід зазначити, що питання побудови бізнес-моделі досліджувалось відомими науковцями сучасності, зокрема, А. Сливоцьким, Б. Гейтсом, Дж. Коллінзом, Дж. Поррасом. Водночас її архітектура визначена не досить чітко. Так, Адріян Сливоцький в основу побудови своєї загальновідомої ділової моделі покладає такі елементи, як диференціація, профіль, повернення капіталу, механізм виходу на ринок, система купівлі та виробництва, інтенсивність капіталу, організаційна структура, відбір клієнтів [1].

Інші авторитетні дослідники Джим С. Коллінз та Джеррі І. Поррас [2] представили концептуальну модель компанії, що "володіє баченням", яка складається із двох основних компонентів – ключової ідеології (ключові цінності, призначення) та уявного майбутнього (BHAGs – велика амбітна мета з перспективою досягнення через 10–30 років і чітке уявлення про те, якою буде компанія по досягненні цієї BHAG).

У свою чергу, узагальнюючи підходи до визначення бізнес-моделей, А.Соолятте [3] зазначає, що найбільші відмінності у трактуванні терміна "бізнес-модель" виникають у людей, орієнтованих на технологію, і у людей, орієнтованих на бізнес. Це, очевидно, пов'язано з відмінностями у фокусі уваги при визначенні бізнес-моделі у технологічно-орієнтованих і у бізнес-орієнтованих людей. За його переконанням, перші розглядають діяльність будь-якої компанії з точки зору процесів і технологій – фокус їхньої уваги спрямований всередину компанії. Інші ж, навпаки, орієнтовані на цінність, яку компанія створює для зовнішніх клієнтів, і на результати бізнесу.

Відтак, відповідно і більшість визначень терміна "бізнес-модель", які дають різні фахівці, А. Соолятте поділяє на дві категорії: по-перше, орієнтовані на цінність або клієнта (підхід, спрямований на зовнішнє оточення організації); по-друге, орієнтовані на процеси або ролі (підхід, спрямований всередину організації).

При визначенні бізнес-моделі набір ознак, що визначають зміст даного терміна, може бути досить широким. У той же час ключовими елементами бізнес-моделі будь-якої компанії,

що визначають її зміст, є, на думку А. Соолятте, цінність для зовнішніх клієнтів, яку пропонує компанія на основі своїх продуктів і послуг; система створення цієї цінності, що включає постачальників і цільових клієнтів, а також ланцюжка створення цінності; активи, які компанія використовує для створення цінності; фінансову модель компанії, яка визначить як структуру її витрат, так і способи отримання прибутку [3].

Ще один істотний аспект визначення бізнес-моделі пов'язаний з тим, що бізнес-модель часто плутають зі стратегією, підмінюючи одне поняття іншим або включаючи стратегію як один із компонентів до складу бізнес-моделі. Подібна плутанина викликана тим, що бізнес-модель тісно пов'язана зі стратегією, але не тотожна стратегії. Взаємозв'язки між бізнес-моделлю і стратегією можна проілюструвати за допомогою "рівняння цінності", запропонованого М. Levy: $V = MS$, де $V = \text{Value}$ (Цінність), $M = \text{Model}$ (Бізнес-модель) і $S = \text{Strategy}$ (Стратегія). Дане рівняння припускає, що компанія повинна визначити кращі бізнес-моделі для реалізації стратегії і на їх основі розгорнути і реалізувати свою стратегію, спрямовану на створення цінності для клієнтів та інших зацікавлених осіб.

Серед підходів, запропонованих для класифікації бізнес-моделей, варто відзначити класифікацію "Архетипи бізнес-моделей MIT" (MIT Business Model Archetypes (BMAs)), розроблену групою фахівців з Масачусетського технологічного інституту (2004), і класифікацію бізнес-моделей (Business model framework (BMF)), розроблену Н. Chesbrough (2006).

Типологія "Архетипи бізнес-моделей MIT" заснована на двох фундаментальних вимірах бізнесу будь-якої компанії. Перший вимір (типи прав на активи, які продаються компанією) дозволяє виділити чотири базові бізнес-моделі: Творець (Creator), Трейдер (Distributor), Власник (Landlord), і Брокер (Broker). Другий вимір (які активи залучені в бізнес) дозволяє виділити чотири основних типи активів: фізичні, фінансові, нематеріальні і людські. На основі основних типів активів у межах кожної з чотирьох основних бізнес-моделей виділяються ще по чотири підкатегорії бізнес-моделей. Загалом у рамках даної типології виділено 16 типів спеціалізованих бізнес-моделей. З цих 16 типів бізнес-

моделей тільки 7 набули поширення серед великих компаній у США в даний час. Розглянута типологія та приклади компаній, що використовують ті чи інші типи бізнес-моделей, представлені в табл. 1.

Т а б л и ц я 1

Типологія "Архетипи бізнес-моделей MIT"

Характер активу		Типи активів			
		Фінансові	Матеріальні	Нематеріальні	Людські
Права на активи	Істотне перетворення власності (творець)	Підприємець (серійні підприємці, фірми-інкубатори)	Виробник (General Motors, Bethlehem)	Винахідник (Lucent's Bell Labs)	Творець та продавець людських ресурсів (нелегальний бізнес)
	Обмежене перетворення власності (дистриб'ютор)	Фінансовий трейдер (Merrill Lynch, Goldman Sachs)	Оптовий продавець / рітейлер (Wal-Mart, Amazon)	IP трейдер (NTL inc.)	Дистриб'ютор людських ресурсів (нелегальний бізнес)
	Використання (власник)	Власник фінансових активів (Bank of America, Fannie Mae, Aetna, Chubb)	Власник фізичних активів (Marriott, Hertz division of Ford)	Власник нематеріальних активів (Microsoft, Wendy's, New York Times)	Контрактор (Accenture, Federal Express)
	Підбір відповідно до запитів (брокер)	Брокер з фінансових активів (eTrade, Schwab)	Брокер з фізичних активів (eBay, Priceline)	IP брокер (Valassis)	Брокер з людських ресурсів (Robert Half, EDS)

Джерело: [3].

Н. Chesbrough при класифікації бізнес-моделей (Business model framework (BMF)) використовував два параметри, по яких, на його думку, розрізняються бізнес-моделі: масштаб інвестицій, вироблених для підтримки бізнес-моделі, і ступінь відвертості бізнес-моделі. Класифікація бізнес-моделей Н. Chesbrough включає шість типів бізнес-моделей (табл. 2).

Класифікація бізнес-моделей Н. Chesbrough

Тип бізнес-моделі	Тип 1	Тип 2	Тип 3	Тип 4	Тип 5	Тип 6
	Недиференційована	Диференційована	Сегментована	Зовнішньо-орієнтована	Інтегрована з інноваційним процесом	Адаптивна
Приклади	Сімейні ресторани	Початкові технологічні компанії	Компанії, які просувають технології	Компанії, які спеціалізуються на НДДКР та діючі в зрілих галузях	Ведучі фінансові компанії	Intell, Wal-Mart, Dell

Джерело: [3].

Аналіз практики розробки та реалізації бізнес-моделей показує, що бізнес-моделі можуть створюватися для певного продукту або послуги (групи однорідних продуктів/послуг); для компанії в цілому; для групи компаній або холдингу. Тобто мають різні ієрархічні рівні. І залежно від цього доцільно виділити наступні варіанти їх застосування: по-перше, для оцінки й аналізу ефективності бізнесу компанії порівняно з іншими аналогічними компаніями; по-друге, для оцінки потенціалу та інвестиційної привабливості бізнесу компанії в майбутньому; по-третє, для оптимізації бізнесу компанії з точки зору стратегії і з точки зору максимізації та утримання цінності, яку компанія створює для клієнтів та інших зацікавлених у її бізнесі осіб.

Для того, щоб описати бізнес-модель, необхідно не лише визначитися зі змістом поняття "бізнес-модель", а і з типом об'єкта, для якого створюється бізнес-модель, та формою її представлення. А. Соолятте [3] зазначає, що будь-яка бізнес-модель повинна давати відповідь на три ключових питання: по-перше, як компанія створює цінність для зовнішніх клієнтів; по-друге, як компанія заробляє гроші; по-третє, як компанія забезпечує стратегічний контроль над ланцюжками створення цінності. За його тлумаченням, найстарішою бізнес-моделлю, яка до цього часу залишається однією з базових, є модель "охоронця магазину" (the shop keeper model): відкриття магазину там, де знаходяться

потенційні клієнти. Іншою популярною бізнес-моделлю, яка з'явилася на початку ХХ ст., після чого переживала численні нові народження, дослідник вважає модель "приманки і гака", яка також відома як "модель бритв і лез", наприклад: бритва (принада), леза (гак); стільникові телефони (принада), час трафіку (гак); комп'ютерні принтери (принада), а катріджі до них (гак); камери (принада), друк фотографій (гак).

У 1950-х рр. нові бізнес-моделі були розроблені McDonald's і Toyota; у 1960-х рр. новаторами виступили Wal-Mart і Hypermarket; у 1970-ті нові бізнес-моделі розробили Federal Express і Toys R Us; у 1980-ті – Blockbuster, Home Depot, Intel і Dell Computer; у 1990-ті – Southwest Airlines, Netflix, eBay, Amazon.com, Starbucks, Microsoft і dot-coms. В останні роки найбільш оригінальні та ефективні бізнес-моделі були розроблені та реалізовані Google, ІКЕА.

Аналіз концептуальних представлень бізнес-моделей різними авторами дозволяє виділити набір базових елементів, які доцільно включати до складу бізнес-моделі для того, щоб отримати відповідь на три вказані вище питання, зокрема, йдеться про цільові групи клієнтів; канали продажів; механізм взаємодії з цільовими групами клієнтів; пропозиція цінності для клієнтів (продукти, послуги та рішення, пропоновані клієнтам); ланцюжки створення цінності; інфраструктура (яка необхідна для створення цінності); модель кооперації чи співробітництва з партнерами/постачальниками; технологічна платформа; структура витрат; структура доходів; схема фінансових потоків.

Не зменшуючи значущості та вагомості наведених розробок, слід зазначити, що усі вони носять переважно маркетингове та психологічне спрямування. На нашу думку, здатність моделі залучувати капітал повинна мати фінансове обґрунтування. Тому для вивчення можливості формування архітектури бізнес-моделі на принципово новій науковій основі нами був застосований фінансовий підхід.

Дослідження процесу акумулювання капіталу крізь призму теорії вартісного циклу дало змогу визначити ключові детермінанти, які можуть формувати внутрішній потенціал саморозвитку сучасної ТНК (див. рис. 1). До них віднесені: по-перше, організаційні форми функціонування ТНК, які базуються на

застосуванні комплексу функціональних форм розвитку бізнесу як інвестиційного, так і неінвестиційного характеру; по-друге, система ресурсного забезпечення ТНК, ефективність якої досягається шляхом оптимізації складу й обсягів інтелектуально-трудового, матеріально-виробничого, фінансового, інноваційного та інформаційного ресурсів; по-третє, ефективне управління капіталом, який формує різні за економічним значенням потоки – операційні (робочий капітал – інтернальний і екстернальний; вхідний і вихідний) та дискреційні (позитивні або від’ємні потоки).

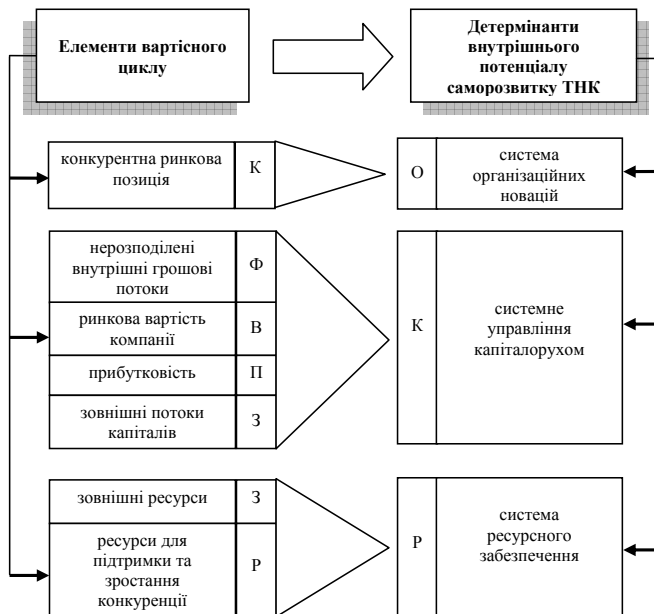


Рис. 1. Взаємозв'язок елементів вартісного циклу з детермінантами внутрішнього потенціалу саморозвитку транснаціональних корпорацій

Усі вони знаходяться у взаємозв'язку між собою та з зовнішнім середовищем. Рациональне управління такими взаємозв'язками забезпечує максимальне зростання прибутку та ринкової вартості міжнародної корпорації.

Слід зазначити, що еволюція розвитку процесів інтернаціоналізації та транснаціоналізації спонукала відповідну еволюцію

бізнес-моделей корпорацій. Примітно, що якщо на початкових етапах інтернаціоналізації до моменту набуття компанією статусу транснаціональної головним прагненням керівництва було отримання прибутку за рахунок збільшення ринкової частки та ефектів від масштабів діяльності, то пізніше приплив капіталу могли забезпечити компанії, здатні до швидкого прийняття рішень. На певному етапі розвитку для подальшого зростання ТНК мала сформувати (або змінити) бізнес-модель діяльності, яка б забезпечувала подальший приплив капіталу та, відповідно, приріст прибутку. Корпорації, що змогли прийняти правильне рішення, забезпечили собі подальше зростання, інші втратили свої позиції.

Досягнувши певних ринкових позицій за рахунок створення бізнес-моделі, корпорації мають постійно слідкувати за ефективністю їх функціонування та за змінами середовища, щоб не втратити припливу капіталу. Постійна рухливість середовища змушує ТНК своєчасно приймати рішення щодо зміни бізнес-моделі і таким чином утримувати свої ринкові позиції чи навіть покращувати їх.

Окрім корпорації починають переорієнтовувати свою діяльність від отримання надприбутків до фінансової стабілізації, яка дозволяла б у майбутньому, спираючись на соціальну мотивацію, прагнути до гуманістичної ідентифікації. Яскравим прикладом такої гуманістичної результативності можуть стати програми компанії Microsoft стосовно просвітницької роботи в окремих країнах мусульманського світу, діяльність фірми Merck по безкоштовному розповсюдженню препарату мектізан у країнах третього світу для боротьби з річковою сліпотою тощо [4, 5]. Таким чином, архітектура бізнес-моделі на певній стадії має бути відкоригована за рахунок включення додаткової компоненти, яка названа нами соціальною мотивацією.

Крім того, ТНК змушені працювати над модифікацією своїх бізнес-моделей і внаслідок постійного скорочення їх життєвого циклу. Для невеликих ТНК далекоглядність стає невід'ємною умовою існування та виживання. Для досвідчених світових гігантів, що звикли до величезних річних прибутків, бачення майбутнього є складнішим завданням. Як показують приклади швидкої міграції капіталу від IBM та інших глобальних ТНК,

стабільне становище не завжди є гарантією довгострокової безпеки.

Можливі сценарії модифікації бізнес-моделі функціонування ТНК визначаються переважно двома чинниками – здатністю топ-менеджменту ТНК своєчасно вживати заходів до зміни бізнес-моделі та стратегічними орієнтирами компанії. Гіпотетично варіанти динаміки бізнес-моделі можуть бути такими: а) часткова динаміка, коли змінюється один системний елемент моделі; б) повна динаміка, коли одночасно зазнають змін всі системні елементи моделі; в) повна статика, коли жоден із системних елементів моделі протягом певного періоду часу не має змін; г) розширення моделі за рахунок нового елемента, ідентифікованого автором як соціальна мотивація.

Тенденція скорочення життєвого циклу бізнес-моделей змушує ТНК активно вести пошук їх майбутніх варіантів. Лише при постійному оновленні бізнес-моделей ТНК може розраховувати на новий цикл зростання капіталу.

Так, задля утримання ринкових позицій Hewlett-Packard цілком відмовилась від самостійного виробництва, перейшовши на контрактні умови функціонування за аутсорсінгом; Dell перебудувала систему розподілу; Nike змінила локалізацію основних виробничих фондів; Nucor створила принципово нову систему НДДКР на базі інноваційного та інтелектуально-трудоного ресурсів; Toyota модифікує свою бізнес-модель, застосовуючи системний підхід до ресурсного забезпечення (переформування інформаційної бази, підготовка кадрів, інновації в маркетингу, скорочення зарубіжних основних виробничих фондів), переорієнтовуючи організаційні форми (нова система торгівлі), гнучке управління капіталорухом в операційному режимі.

Таким чином, системне розкриття теоретико-методологічних засад та прикладних аспектів діяльності транснаціональних корпорацій дозволило виявити глобальні тенденції їх розвитку та сформувати сучасну динамічну бізнес-модель їх функціонування на основі системного підходу.

Отже, вагомим фактором успішної діяльності ТНК може стати системний підхід і системно-орієнтована поведінка. Відмінними рисами системно-орієнтованих компаній є постійне використання для розв'язання найрізноманітніших проблем

методології управління системами, згідно з якою цілеспрямовані зміни, що здійснюються в певній системі, розглядаються як особлива, неповторна система заходів, які обмежені в часі, реалізуються в комплексі і з використанням обмежених ресурсів. Системний підхід для міжнародних компаній може стати ефективним засобом постійного оновлення бізнес-моделі, адаптації до змін зовнішнього і внутрішнього середовища, і, за рахунок цього, постійного забезпечення їхньої високої конкурентоспроможності, а відтак, і високої ринкової вартості, що забезпечує приплив капіталу.

Це означає, що будь-який вплив середовища на один із елементів чи процесів відразу відобразиться на всій системі. Система, якою є бізнес-модель ТНК, виробляє компенсаторні реакції, що адекватно відгукуються на зовнішній вплив і повертають процеси до стану рівноваги. Такий механізм у кібернетиці отримав назву зворотного зв'язку. Цей вид саморегуляції притаманний усім єдиним складним системам. Якщо компенсаторних сил не вистачає, процеси переходять в іншу фазу, пов'язану з іншою ситуацією рівноваги. Наприклад, під тиском урядів і профспілок приймаючих країн ТНК можуть змінити геоцентричну орієнтацію в кадровій політиці на регіоцентричну, що приведе до нового рівня рівноваги систему ресурсного забезпечення і всю бізнес-модель ТНК в цілому.

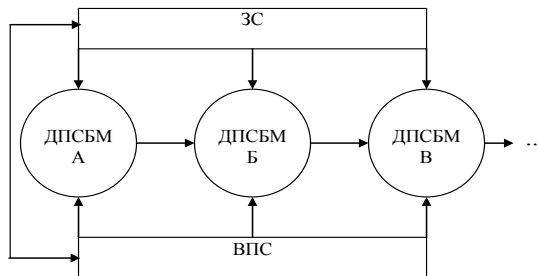
Можливі і випадки, коли нову ситуацію рівноваги знайти не вдається. Тоді внутрішня криза посилюється й існування єдиної складної системи припиняється. Так компанії London Brick, Ever Ready Batteries, SCM не змогли адекватно зреагувати на посилення конкуренції, втратили позиції і були поглинуті могутнім реструктуризатором Hanson Trust. Отже, для ТНК важливо завчасно виявити деструктивні цикли зростання негативних тенденцій і своєчасно вжити компенсаторних заходів чи змін для збереження системи у цілому. Безумовно, завжди існує такий рівень зовнішнього впливу, що здатен подолати будь-які захисні бар'єри і зруйнувати систему. Гіпотетично, такі наслідки може мати світова війна. Тому доцільно говорити про можливість компенсаторних відповідних реакцій системи на відносно невеликий вплив середовища. Відтак означені властивості системи – взаємозв'язок та саморегуляція – є підставою для її динамічності.

У зв'язку з цим пропонується бізнес-модель ТНК визначати як комплекс взаємопов'язаних елементів та процесів, що функціонують у світовому масштабі і мають механізми самозбереження та саморегуляції (саморозвитку).

Зважаючи на те, що основною детермінантою поведінки системно-орієнтованих корпорацій є реалізація мети системи, у контексті полісистемного підходу до управління бізнес-моделями головною метою мають бути конкретні зміни та інновації.

Динамічність середовища стосується швидкості, з якою відбуваються зміни в оточенні корпорації. Це загальне явище. Але його значення залежить не тільки від конкретної ТНК (можливості швидко виробляти реакцію на появу факторів зовнішнього середовища), а й від внутрішніх факторів, які реагують на зовнішні подразники. Недостатня визначеність зовнішнього середовища є функцією кількості інформації, якою володіє фірма (чи її керівник) з приводу кожного конкретного фактора, а також це є функція впевненості у вірогідності інформації. Якщо інформації мало або є сумнів щодо її вірогідності, то середовище є менш визначеним, менш прогнозованим для використання чи адаптування, а це означає, що важко приймати ефективні рішення.

Як підтверджують проведені нами дослідження, не лише формування, а і модифікація бізнес-моделі ТНК відбувається під впливом двох видів чинників – зовнішнього середовища та внутрішнього потенціалу саморозвитку (рис. 2).



Умовні позначення:

ДПСБМ "А", ДПСБМ "Б" – динамічна полісистемна бізнес-модель типу "А", типу "Б" типу "В"; **ЗС** – зовнішнє середовище; **ВПС** – внутрішній потенціал саморозвитку

Рис. 2. Причини модифікації бізнес-моделі ТНК

Формування бізнес-моделі є водночас скрупульозним і творчим процесом. Економічна потужність бізнес-моделі залежить від її здатності функціонувати як єдина система. Схожі, запозичені та начебто нічим не примітні елементи бізнес-моделі здатні утворювати величезний капітал, якщо їх застосовувати оригінальним способом.

Отже, бізнес-модель глобальної корпорації визначається як комплекс взаємопов'язаних елементів та процесів, що функціонують у світовому масштабі і мають механізми самозбереження та саморегуляції (саморозвитку).

Основною детермінантою поведінки системно-орієнтованих корпорацій у контексті полісистемного підходу до управління бізнес-моделями стають конкретні зміни та інновації.

Системна модифікація бізнес-моделі корпорації відбувається під впливом двох видів чинників – зовнішнього середовища та внутрішнього потенціалу саморозвитку

Для отримання прибутків глобальна корпорація має утворювати нові або змінювати наявні бізнес-моделі, ураховуючи постійне скорочення їх життєвого циклу. Стан постійного оновлення динамічної полісистемної бізнес-моделі корпорації є обов'язковою умовою збереження і підвищення ефективності її діяльності шляхом адаптації до ринкових вимог. Динаміка бізнес-моделі може відбуватись у різних вимірах залежно від рухливості середовища.

Список використаної літератури:

1. Сливоцький А. Міграція капіталу: Як у замислах на кілька кроків випередити своїх конкурентів: [Пер. с англ.] / Адріян Сливоцький. – К.: Унів. вид-во "Пульсари", 2001. – 296 с.
2. Коллинз Дж. Построенные навечно. Успех компаний обладающих видением / Дж. Коллинз, Дж. Поррас. – СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2004. – 350 с.
3. Сооляте А. Бизнес-модель компании: разработка и описание [Электронный ресурс] / А. Сооляте. – Режим доступа: // www.fineexpert.ru
4. Гейтс Б. Бизнес со скоростью мысли. Изд. 2-е, исправл. [Пер. с англ.] / Гейтс Б. – М.: Изд-во ЭКСМО–Пресс, 2001. – 480с.
5. Руденко Л.В. Управління потоками капіталів у сучасній бізнес-моделі функціонування транснаціональних корпорацій: [Монографія] / Л.В. Руденко – К.: Кондор, 2004. – 480 с.

Стаття надійшла до редакції 13.12.2011 р.