

## УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

*Ковальчук І.В., здобувач вищої освіти*

*Науковий керівник: Плотнікова М.Ф., канд. екон. наук, доцент*

*Житомирський національний агроекологічний університет*

Функціонуючи в умовах ринку підприємства повинні аналізувати і спів ставляти ціннісну пропозицію власних товарів, робіт і послуг, вивчати потреби цільового клієнта, канали розподілу, конфігурацію вартості, ресурси, партнерську мережу, фінансову модель для розробки стратегії власного розвитку [1-4]. Іншими словами, фахівці у сфері управління та обліку, перш за все, повинні з'ясувати, хто є клієнти суб'єкта підприємницької діяльності, які у них потреби (цільової клієнтський компонент). Після чого вони повинні визначити як можна задовольнити їх потреби (сформувати ціннісну пропозицію). На наступному етапі особи, які приймають рішення, повинні розробити спосіб яким вони схильні надавати свою цінність клієнтам (канал розподілу). Звичайно, потрібно планувати ключові ресурси (ресурсний компонент) та ключову діяльність (конфігурація цінності), що уможливить управління бізнесом, виробництво продукт чи надання послуги [5-10].

Наступним завданням є управління партнерською мережею. У більшості підприємств наявність партнера є ключем до успіху. Партнери можуть допомогти бізнесу як в створенні вартості, так і в процесах поставок. Партнерство з постачальниками, підрядниками, споживачами, органами влади та управління може бути хорошим прикладом такого роду мереж, які допомагають підприємствам оптимізувати процес створення вартості. Партнерство з дистриб'юторами допомагає підприємствам впливати на цільову сегментацію, дає конкурентну перевагу щодо інших учасників ринкових відносин. Заключним завданням

управлінців є розробка моделі структуризації й оптимізації витрат.

Таким чином, використання бізнес-моделі ABC, JIT (Just-in-Time), XYZ та інших допомагає особам, які приймають управлінські рішення, візуально побачити, як виглядає бізнес-ідея та оптимізувати стратегію діяльності компанії.

*Перелік посилань:*

1. Móricz P. Üzleti modellezés és az internetes üzleti modellek. *Vezetéstudomány*. 2007. 38(4): 14–29.

2. Weiner, N.; Weisbecker, A. A Business Model Framework for the Design and Evaluation of Business Models in the Internet of Services. *Annual SRII Global Conference*, Stuttgart, Germany. 2011. 45–47.

3. Prysiazhniuk O., Buluy O., Plotnikova M. Cluster approach in administration of rural areas. *Management Theory And Studies For Rural Business And Infrastructure Development*. 2018. 40(2), 118–127.

4. Nenonen, S.; Storbacka, K. Business Model Design: Conceptualizing Networked Value Co-Creation. *International Journal of Quality and Service Sciences*. 2010. 2(1). 211–221.

5. McCarthy, B. Case Study of an Artists' Retreat in Ireland: an Exploration of its Business Model. *Social Enterprise Journal*. 2008. 4(2). 119–123.

6. Jupesta, J.; Harayama, Y.; Parayil, G. Sustainable Business Model for Biofuel Industries in Indonesia. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*. 2011. 2(2), pp. 231–247.

7. Ramanauskas J., Stasys R., Plotnikova M. Innovative approaches to rural development. *Sustainable Development of Rural Areas* : monograph / ed. prof. T. Zinchuk, prof. J. Ramanauskas. Klaipėda : Klaipėda University; Kyiv : Centre of Educational Literature. 2019. 80–99.

8. Plotnikova M. Conceptual Basis for Ukrainian Rural Development. *Regional Formation and Development Studies*. 2015. № 3. P. 134–144.

9. Sandal J.-U., Yakobchuk V., Lytvynchuk I., Plotnikova M. Institutions for Forming Social Capital In Territorial Communities. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*. 2019. Vol. 41. No. 1: 67–76.

10. Kandampully, J. The New Customer-Centred Business Model for the Hospitality Industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. Ohio, USA. 2006. 18(3). 116–119.