

Студ. Я.М. Доманчук
Науч. рук. доц. В.К. Пивоваров
(кафедра теоретической экономики и маркетинга, БГТУ)

ФОРМИРОВАНИЕ БИЗНЕС-МОДЕЛИ ОАО «БОРИСОВСКИЙ ДОК»

В современных условиях ключевым фактором успеха в конкурентной борьбе становится правильное определение актуальной бизнес-модели компании. Обзор теоретических подходов к пониманию бизнес-моделей выполнен Т.В. Сергиевич [1]. А. Остервальдер сформулировал условия победы компании в конкурентной борьбе путём непрерывного обновления своей бизнес-модели [2].

Целью исследования стало установление факторов, обуславливающих формулирование новой бизнес-модели деревообрабатывающего предприятия. Бизнес-модель содержит девять блоков ключевых элементов бизнеса (рисунок 1).

1) Сегменты рынка: описание целевых аудиторий, на которых компания сосредотачивает своё внимание.

2) Ценностное предложение: уникальность, которая может выражаться в особой функциональности продукта, качестве, удобстве использования, востребованных у целевой аудитории потребителей.

3) Каналы распределения: способы доставки продукта потребителям.

4) Коммуникации с клиентами: определение того, как компания взаимодействует и обслуживает своих потребителей.

5) Источники доходов: обозначение того как компания будет зарабатывать на своём продукте.

6) Ключевые ресурсы: которые необходимы для функционирования бизнеса.

7) Ключевые процессы: описание основных направлений деятельности, необходимых для реализации проекта разработки и доставки продукта на рынок.

8) Ключевые партнёры: характеристика организаций, с которыми компания сотрудничает для достижения своих целей.

9) Структура затрат: обозначение основных статей расходов, связанных с функционированием бизнеса для производства и реализации продукта.

8 Ключевые партнеры Концерн «Беллесбум-пром»	7 Ключевые виды деятельности Увеличение доли рынка, повышение узнаваемости бренда и привлечение новых клиентов. Повышение конкурентоспособности компании и ее устойчивое развитие. Создание сильного бренда, который ассоциируется с качеством и надежностью. Разработка новых видов продукции, улучшение существующих процессов. Облегчение труда людей путем повышения уровня механизации и автоматизации	2 Ценностное предложение Древесноволокнистые тонкие плиты средней плотности (ДВП) - МДФ - продукт древесного происхождения, обработанный прессованием древесных волокон с использованием органических связующих в условиях высокого давления и температуры	4 Взаимоотношения с клиентами Разработка индивидуальных решений для клиента, включая нестандартные размеры и формы продукции из различных пород древесины	1 Потребительские сегменты Производители дверей среднего класса, стеновых панелей и мебели
	6 Ключевые ресурсы Обученный персонал (680 человек). Собственное лесозаготовительное подразделение. Для заготовки щепы из бревен диаметром до 450 мм используется рубительная линия VECOPLANVTN 85. Современные энергосберегающие технологии и информационные системы управления производством, железнодорожная ветка, удобные подъездные пути для автотранспорта		3 Каналы сбыта Компании оптовой и розничной торговли. Интернет - компании	
9 Структура затрат Освоение производства древесных плит без использования токсичных веществ. Установка системы очистки выбросов, сокращение потребления электроэнергии		5 Источники доходов Переработка круглых лесоматериалов, экспорт продукции		

Рис.1. Бизнес-модель ОАО «Борисовский ДОК»

Примечание: Рисунок составлен на основе данных ОАО «Борисовский ДОК»

Таким образом, определено, что в центре внимания ОАО «Борисовский ДОК» разработка новых видов продукции и улучшение существующих процессов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Сергиевич, Т.В. Теоретико-методологические подходы к исследованию бизнес-модели / Т.В. Сергиевич // Экономическая наука сегодня: сб. науч. ст./БНТУ. - Минск, 2022. - Вып. 15. - С.36-48.
2. Остервальдер, А. Непобедимая компания. Как непрерывно обновлять бизнес-модель вашей организации, вдохновляясь опытом лучших / А. Остервальдер, И. Пинья, А. Смит, Ф. Эттембл. – Москва: Альпина Паблишер, 2021. – 386 с.