

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА
МЕНЕДЖМЕНТУ ІМ. Г.Е. ВЕЙНШТЕЙНА



МАТЕРІАЛИ

XI МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

17 – 18 ЖОВТНЯ 2023 р.

«ЕКОНОМІЧНІ ТА СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ

РОЗВИТКУ УКРАЇНИ НА ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ»

м. Одеса

УДК 330.34:005.35(477"20")

Економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку ХХІ століття. Матеріали ХІ Міжнародної науково-практичної конференції 17-18 жовтня 2023 року. Одеса: Одеський національний технологічний університет, 2023. – 663 с.

У матеріалах конференції знайшли відображення економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку ХХІ століття. Були запропоновані шляхи вирішення найактуальніших та нагальних проблем багатьох сфер сучасного бізнесу та новітні управлінські технології в сучасних турбулентних умовах існування підприємств. В доповідях особлива увага приділялась прикладному характеру досліджень та їх впливу на поліпшення економічної ситуації в країні.

Науковий редактор Козак К.Б. - д-р екон. наук, професор, директор ННІПЕіМ ім. Г. Е. Вейнштейна ОНТУ

Редакційна колегія:

Агеева І.М. – к.е.н., доц., Басюркіна Н.Й. – д.е.н., проф., Баранюк Х.О. – к.е.н., доц., Лагодієнко В.В. – д.е.н., проф., Немченко В.В. – д.е.н., проф., Павлов О.І. – д.е.н., проф., Седікова І.О. – д.е.н., проф., Ніколюк О.В. – д.е.н., проф., Козак К.Б. – д.е.н., проф., Соловей А.О. – к.і.н., доц., Згадова Н.С. – к.е.н., доц., Маркова Т.Д. – к.е.н., доц., Волкова А.Ю. – ас., Мільчева В.В. - PhD, доц., Новикова В.С.

Матеріали додаються за оригіналами рукопису

Редакційна колегія не несе відповідальності за зміст та сутність наданих матеріалів

ІННОВАЦІЙНІ БІЗНЕС-МОДЕЛІ ЯК ІНСТРУМЕНТ РИНКОВОЇ АДАПТАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ХАРЧОВОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Кривоногова І.Г., к.е.н., ст. викл., Мужайло В.Д., к.е.н., доц.
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Бізнес-модель – це структурований план, який описує, як організація створює, постачає та зберігає цінність для своїх клієнтів, і яким чином вона отримує при цьому прибуток. Бізнес-модель включає в себе ключові аспекти бізнесу, такі як продукт чи послуга, цільова аудиторія, канали реалізації, вартість, доходи та способи взаємодії з конкурентами.

Поняття бізнес-моделі стало важливим у світі сучасного бізнесу, оскільки планування у вигляді бізнес-моделі підкреслює необхідність адаптації та залежності організації діяльності підприємства від характеристик продукту та потреб цільової аудиторії. Зміна уподобань цільової аудиторії або випуск нового продукту призводить до необхідності перегляду організаційної структури бізнесу.

Конкретна реалізація бізнес-моделювання залежить від обраного інструменту. Методики розробки бізнес-моделей запропоновані такими дослідниками, як Роб Фіцпатрік [1], Еш Маурья [2], Коста Ставріас [3], Джейн Кокберн, Філ Престон і Аллан Райан [3] та ін., але найбільш відомою є бізнес-модель Александра Остервальдера та Іва Пінье [4]. Згідно останньої виділяються дев'ять основних блоків діяльності компанії: сегменти клієнтів, ціннісна пропозиція, канали взаємодії з клієнтами, спосіб взаємодії з клієнтами, джерела доходів, ключові види діяльності, ключові ресурси, ключові партнери та структура витрат.

Таким чином, виробнича діяльність компанії ставиться у відповідність до потреб цільової аудиторії, при чому останні включають в себе не лише потреби щодо характеристик продукції, але й бажані канали комунікації, методи придбання тощо.

Технологічний прогрес та поява нових можливостей, соціокультурні зміни та пресинг з боку конкуренції, що спричиняє необхідність пошуку нових методів забезпечення конкурентної переваги та привернення уваги споживачів, призводять до інноваційної підприємницької активності щодо знаходження нових форм реалізації бізнес-моделей.

Так, нові можливості, створені інформаційними технологіями, спричинили появу нових бізнес-моделей, які засновані на створенні інтернет-платформи, яка поєднує продавців і покупців і забезпечує власника платформи доходами у вигляді комісійних (Airbnb, Uber), бізнес-моделі, в яких створення безоплатного контенту для споживачів дозволяє отримувати прибуток від розміщення реклами (Facebook, YouTube).

Пошук нових можливостей забезпечити сталий грошовий потік призвів до появи та зростання популярності бізнес-моделі по підписці, за якої продаються права на користування товаром або послугою на протязі певного періоду часу, і клієнти заохочуються до внесення регулярних платежів на протязі тривалого періоду часу.

Для харчової промисловості традиційними бізнес-моделями були виробничі бізнес-моделі, які можна поділити на модель роздрібних та оптових продажів, за яких підприємство створює продукт та продає його безпосередньо споживачам або посередницьким компаніям, а також ресторани та кафе, що поєднують виробничу галузь з індустрією послуг.

Вже традиційною можна назвати й модель франчайзингу, за якою компанія, що має відому торгову марку, продає право на користування нею іншим підприємцям за умов додержання стандартів. За цією моделлю в Україні нині працюють, наприклад, такі відомі мережі як Lviv Croissants та Aroma Kava.

Технологічний розвиток та обмін ідеями між різними галузями призвів до організаційних інновацій і в харчовій сфері.

Можна виділити декілька напрямків інноваційних бізнес-моделей, які з'явилися за останні роки.

1. Модель "Farm-to-Table": ця модель передбачає прямий продаж сільськогосподарської продукції виробниками безпосередньо споживачам або ресторанам і є варіацією платформової моделі у харчовій сфері. У організації цього виду бізнесу ключовим ресурсом підприємства стає інтернет-маркетплейс, на якому покупці можуть знайти пропозиції дрібних виробників сільськогосподарської продукції та замовити доставку продуктів, що були зібрані спеціально для них. Важливим є пошук та встановлення партнерських зв'язків із виробниками. Прикладом цього напрямку є вебсайт фермерської корпорації Наше.все [5] об'єднує фермерів, чия продукція відповідає критеріям безпечності, екологічності та натуральності і пропонує доставку за широким асортиментом позицій.

2. Meal Kit. Ця модель передбачає доставку набору продуктів та рецептур для готування страв безпосередньо до дверей споживача. Вона надає зручну альтернативу для людей, які хочуть готувати вдома, але не мають часу на покупки. Споживачу пропонується меню на тиждень із рецептами, і після замовлення, він отримує точну кількість продуктів, необхідних для приготування. Ключовими ресурсами такої бізнес-моделі є інтернет-магазин та розробники рецептур. За такою схемою працює конструктор їжі Cheffinya.

3. Ghost kitchen – різновид ресторану, який працює виключно на онлайн замовлення. Згідно інформації, представленій на семінарі «Foodtech & Retail в Україні» [6], частота замовлень онлайн в Україні в 2-3 рази вища за відвідування кафе та ресторанів. У зв'язку з цим з'явилася модель точок громадського питания, які обладнують лише кухонне

приміщення в районах міста з дешевою орендною платою, знижуючи обсяг витрат. Ключовим ресурсом, окрім кваліфікованих поварів, стає бренд та вебсайт. За такою бізнес-моделлю працює мережа онлайн-ресторанів, що охоплює 12 відмінних брендів, Foodz Ukraine.

Усі ці тенденції свідчать про постійний розвиток та зміни у бізнес-середовищі. Для підприємств це означає необхідність бути гнучкими, креативними та готовими до адаптації, щоб вижити та процвітати в сучасному бізнес-світі. Інформаційні технології надають можливість швидшого реагування на зміни, та поєднання учасників ринку, що раніше потребували посередників.

Поява нових бізнес-моделей свідчить про те, що ринок усвідомлює та асимілює ці можливості. Зменшення або виключення ролі посередника здатне призвести до зниження споживацьких витрат та більш раціонального розподілу суспільних ресурсів, а на рівні окремого підприємства підвищити рівень конкурентоспроможності та задоволення споживачів.

Література

1. Rob Fitzpatrick. The Startup Canvas.
<http://thestartuptoolkit.com/x90D51oKLCaJ/>
2. Ash Maurya. Running lean. Sebastopol: O'Reilly Media. 2012. 207 p.
3. Jane Cockburn, Phil Preston, Allan Ryan. Shared Values Canvas.
<https://svsummitapac.org/wp-content/uploads/2015/03/Shared-Value-Canvas-A4-Cockburn-Preston-Ryan.pdf>
4. Alexander Osterwalder, Yves Pigneur. Business model canvas. New Jersey: John Wiley&Sons. 2010. 281 p.
5. Наше.все. <https://nashe-vse.com/ua>
6. Foodtech в Україні: основні напрями розвитку.
<https://www.imena.ua/blog/foodtech-trends/>

79.	Смокова Т.М. АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ МИТНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЕКСПОРТУ ЗЕРНОВИХ.....	283
80.	Кривоногова І.Г., Мужайло В.Д. ІННОВАЦІЙНІ БІЗНЕС-МОДЕЛІ ЯК ІНСТРУМЕНТ РИНКОВОЇ АДАПТАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ХАРЧОВОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ.....	287
81.	Спаський І.Д. РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ ЗДІБНОСТЕЙ У КОНТЕКСТІ КОГНІТИВНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ.....	290
82.	Богданов О.О. ФАКТОРИ ВИБОРУ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ У БАГАТОКРИТЕРІАЛЬНОМУ СЕРЕДОВИЩІ.....	293
83.	Мартиросян І.А., Гарбажій К.С. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ М'ЯСНИХ КОНСЕРВІВ В УКРАЇНІ В СУЧАСНИХ РЕАЛІЯХ.....	298
84.	Крупіна Н.А. СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ГОТЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ..	301
85.	Голубева О.Б. ФІНАНСОВО – ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УМОВАХ ВОЕНОГО СТАНУ	304
86.	Тарануха О.С. ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ РОЛІ УКРАЇНИ В МІЖНАРОДНІЙ ТОРГОВЛІ ЗЕРНОМ.....	308
87.	Атамась Г.П., Мішин Є.О. ФІНАНСОВО – ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВ ПІД ЧАС ВІЙНИ	311
88.	Заболотна О.С., Шишлюк В.Р. КОНТРОЛІНГ, ЯК МЕТОД СИСТЕМНОГО УПРАВЛІННЯ СУЧАСНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	315
89.	Згадова Н.С., Тимченко В.В. ЕКОНОМІЧНІ ВЕКТОРИ БЕЗПЕКИ В ПЕРІОД ВОЄННОГО СТАНУ	318
90.	Кравченко Ю.І. УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ: ВИКЛИКИ ТА СТРАТЕГІЇ.....	322
91.	Петрушенко М.М. РУЙНУВАННЯ КАХОВСЬКОЇ ДАМБИ ТА ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ НА ПІВДНІ УКРАЇНИ.....	325
92.	Рашевський А.В., Рашевський А.В. АНАЛІЗ СТАНУ ПРОДОВОЛЬЧОГО РИНКУ УКРАЇНИ.....	329