

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ  
ТЕХНОЛОГІЙ  
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ  
ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ І МЕНЕДЖМЕНТУ  
ім. Г. Е. ВЕЙНШТЕЙНА**



**ТЕЗИ**

**ІІІ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ  
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ  
«АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНО-  
ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ:  
ПОГЛЯД МОЛОДІ»**

**6 – 7 КВІТНЯ 2021 р.  
м. Одеса**

5. Щербакова К. Ділова репутація як складова конкурентоспроможності підприємства. Економіка. 2010. № 2(102). С. 58 – 63.

6. Шоботенко О.А. Управління діловою репутацією організації. Економіка та управління підприємствами. Випуск 1 (123). С.38-41.

## **КЛЮЧОВІ КОМПЕТЕНЦІЇ ТА БІЗНЕС-МОДЕЛЬ КОМПАНІЇ**

**Кричун В., студ. СВО “Бакалавр” ф–ту ММіЛ**

**Науковий керівник – к.е.н., доц. Корсікова Н.М.**

**Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса**

Важливим інструментом управління, який спрощено описує організацію та функціонування всіх дій, спрямованих на створення цінності підприємством, є бізнес-модель. Величезний потенціал можливостей, які надає ефективна бізнес-модель підприємства, привертає все більше уваги теоретиків та практиків управління. Якісна бізнес-модель дозволяє визначити ціннісні уподобання споживачів та знайти способи їх задоволення з метою нарощування цінності самого підприємства. Крім того, досягнення комерційного успіху найчастіше залежить не від технологічних нововведень, а саме від побудови оптимальної бізнес-моделі.

Визначення моделі бізнесу з різних позицій, розглядають як:

- набір дій, за допомогою яких створюється цінність за умови використання сприятливих можливостей;
- систему, яка відображає, які дії (процеси) виконує компанія, як вона їх виконує і коли;
- спосіб, за допомогою якого підприємство надає споживачам товари та послуги;
- ланку ланцюга цінності між ресурсним забезпеченням та економічним результатом;
- історії, які пояснюють, як працює підприємство;
- опис того, як організація створює економічні, соціальні та інші цінності.

Для збереження конкурентоспроможності підприємства його керівництво повинно прагнути до того, щоб усі процеси, які відбуваються у внутрішньому і зовнішньому середовищі підприємства, були ефективними з погляду створення споживчої цінності. Тобто реалізація усіх процесів підприємства має забезпечувати створення товарів (продукції, послуг), які б приваблювали покупців, та мали для них споживчу цінність. Висока ефективність процесів є результатом знаходження найкращих способів їх виконання.

У бізнес-моделі відображаються всі об'єкти (сутності), процеси, правила виконання операцій, існуюча стратегія розвитку, а ключові компетенції компанії.

В основі формування ефективної бізнес-моделі компанії лежить визначення її ключових компетенцій.

Компетенції компанії - набір взаємопов'язаних специфічних навичок, знань, технологій, умінь, носієм яких є персонал індивідуально чи колективно.

Компетенція являє собою особливої якості інформаційний ресурс, що містить досвід, знання і навички про спосіб організації та управління ресурсами і бізнес-процесами для досягнення поставлених цілей, носієм якого індивідуально або колективно є робітники.

Властивості ключових компетенцій:

1. Ключові компетенції є похідними від сукупності ресурсів і здібностей компанії, тому їм притаманна складність. Їх досить важко ідентифікувати, вони невидимі споживачеві.

2. Конкретна ключова компетенція може бути використана тільки в рамках тієї бізнесової системи, в якій вона існує, тобто вона притаманна тільки даній конфігурації ресурсів та здібностей.

3. Ключова компетенція незрівнянна, тобто не може бути безпосередньо скопійована або використана конкурентами, і незамінна - не може бути заміщена другою компетенцією.

4. Компетенція, на відміну від інших активів організації, не зношується від використання.

5. Ключова компетенція організації, найчастіше, від початку розвинена краще, ніж у конкурентів і орієнтована на споживача.

Внутрішні компетенції;

- знання з управління персоналом, використання ноу-хау;
- досвід виробництва конкурентоспроможної продукції;
- досвід формування ефективних бізнес - процесів , як приклад управління проектами тощо;
- наявність кваліфікованого персоналу, позиції якого є рідкісною та на підготовку, для якого потрібен тривалий час, тощо.

Зовнішні компетенції - досвід і вміння організувати особливу схему зв'язків і постачальників, споживачів, органами влади, фінансово-кредитними установами тощо.

Стандартні компетенції (базові) - знання і вміння , досвід підприємства , що ж необхідними для діяльності на певному ринку. Втрата стандартної компетенції є причиною виходу компанії з ринку

Ключові компетенції - знання, досвід вищого порядку що відіграють роль споживчої цінності, що об'єднуються в собі знання і досвід, дозволяють використовувати ефективно всі інші компетенції .

Характеристика ключових компетенцій:

- здатність забезпечити доступ до найбільш широкого спектра ринку;
- здатність надавати найбільш цінність кінцевому продукту;
- мінімальна загроза копіювання конкурентами

Необхідна умова виникнення ключових компетенцій - взаємодія елементів інтелектуального капіталу, що дозволяє забезпечити отримання синергійного ефекту і унікального корпоративного знання

З позицій ресурсного підходу основним фактором успіху компанії на основі диверсифікації є активне використання ключових компетенцій при освоєнні нових ринків і розробці нових продуктів. Ті продукти, при

виробництві і реалізації яких задіяні ключові компетенції, мають міцні конкурентні позиції, а також перспективи для подальшого розвитку.

Для розвитку диверсифікації виробництва доцільно виявити ключові компетенції підприємства і досліджувати можливість їх застосування в освоєнні нових видів продукції чи послуг.

#### **Література:**

1. Сачинська Л.В. Особливості формування бізнес-моделі підприємства. «Економічні науки». Серія «Облік і фінанси». Випуск 12(45). Ч. 2. 2015. С.171-178.

2. Касич А.О., Рафальська І.В. Бізнес-моделі сучасних підприємств: поняття, види, зарубіжний досвід. Економіка та управління підприємствами. Випуск 37. 2019. С.86-92.

3. Азаренков Г.Ф., Каткова К.В. Ключові компетенції промислового підприємства. Економіка та управління підприємствами. Випуск 17. 2017. С.83-86.

### **ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ БЕЗПЕРЕРВНОСТІ БІЗНЕСУ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

**Журавльова І. студ. СВО “Бакалавр” ф–ту ММіЛ**

**Науковий керівник – к.е.н., доц. Корсікова Н.М.**

**Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса**

Одним з інструментів гомеостатического управління є система управління безперервністю бізнесу ВСМ (Business Continuity Management).

Сьогодні в різних країнах з'явилося ціле покоління стандартів в галузі управління безперервністю бізнесу, що описують кращі практики відновлення інфраструктури компанії в надзвичайних ситуаціях.

Знання та вміння використовувати на практиці стандарти і практики ВСМ необхідні сьогодні будь-яким підприємствам - збитки, спричинені порушенням нормального функціонування бізнес-процесів постійно зростають. Разом з тим ізольоване вирішення питань забезпечення безперервності бізнесу, без урахування накопиченого досвіду, системи сертифікації та аудиту може дати лише незначний ефект.

Корпоративна програма управління безперервністю бізнесу повинна включати в себе наступні етапи:

- аналіз бізнес-процесів предметної області - виділення та ранжування значущих для бізнесу процесів і визначення вимог до них по безперервності;
- аналіз ризиків - оцінка і ранжування значущих загроз і вразливостей безперервності бізнес-процесів, а також оцінка достатності існуючих організаційних і технічних заходів попередження переривань бізнесу;
- оцінка впливу на бізнес - аналіз впливу бізнес-процесів на весь бізнес в цілому і визначення цілей відновлення кожного бізнес-процесу разом з підтримуючою його інфраструктурою;
- визначення стратегії безперервності бізнесу - фіксація цільового часу відновлення (recovery time objective, RTO) та цільової точки відновлення

83. **ФОРМУВАННЯ ПРОЦЕСНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ** 176  
Юрковська О.К., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ  
Науковий керівник – к.е.н., доц. Корсікова Н.М.  
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
84. **ВПЛИВ ІНДИВІДУАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ ЛЮДИНИ НА ЇЇ КАР'ЄРУ** 179  
Сухова В.В. студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ  
Науковий керівник – к.е.н., доц. Корсікова Н.М.  
Одеська національна академія харчових технологій
85. **ЛЮДСЬКИЙ ФАКТОР І ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ** 181  
Скрипка Г.В. студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ  
Науковий керівник – к.е.н., доц. Корсікова Н.М.  
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
86. **СТРАТЕГІЇ І ТЕХНОЛОГІЇ РЕПУТАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ** 184  
Кулик Ю.В. студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ  
Науковий керівник – к.е.н., доц. Корсікова Н.М.  
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
87. **КЛЮЧОВІ КОМПЕТЕНЦІЇ ТА БІЗНЕС-МОДЕЛЬ КОМПАНІЇ** 186  
Кричун В., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ  
Науковий керівник – к.е.н., доц. Корсікова Н.М.  
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
88. **ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ БЕЗПЕРЕРВНОСТІ БІЗНЕСУ НА ПІДПРИЄМСТВІ** 188  
Журавльова І. студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ  
Науковий керівник – к.е.н., доц. Корсікова Н.М.  
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
89. **МОНІТОРИНГ ДИНАМІКИ РОЗВИТКУ РИНКУ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ** 189  
Ринкова А.А., аспірант кафедри МІЛ  
Науковий керівник – д.е.н., проф. Савенко І.І.  
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
90. **ФЕНОМЕН ПОНЯТТЯ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ** 193  
Зварич О.І. студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ  
Керівник: д.н. з держ.упр., доц. Мануїлова К.В.  
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
91. **ПРОЦЕСИ ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА** 195  
Сакали М.А. студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ  
Керівник: д.н. з держ.упр., доц. Мануїлова К.В.  
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса