

б) асоціювання сайту з різноманітними трендами, наприклад в TikTok, пропагування здорового образу життя в соціальних мережах, бренд завдяки цьому буде відкладатись у підсвідомості потенційної цільової аудиторії;

в) для належного сприйняття бренду варто забезпечити створення єдиного слогану.

Діджитал-маркетинг— нова ланка у розвитку діяльності сучасного підприємництва. Це дає перевагу продавцеві задовольняти потреби споживача.

За допомогою електронного маркетингу, можна підвищити попит на товари і послуги, цього можна досягти шляхом виявлення потреби споживача, відразу задовольняючи її.

Слід зазначити, що організація діяльності в мережі Інтернет в час електронної комерції, відіграє провідну роль в функціонуванні вітчизняного підприємництва. Впровадження діджиталізації в діяльність підприємств, дозволить підвищити його ефективність і забезпечить збільшення прибутку. Інвестуючи в розробку, та організацію електронної комерції, слід аналізувати цільову аудиторію, на яку спрямована діяльність того, чи іншого підприємства.

Література

1. Белов О. Організаційно-економічний механізм розробки і реалізації підприємствами АПК маркетингових стратегій взаємодії // Економіка АПК. — 2016. — №10. — С. 124.
2. Формування конкурентної стратегії підприємств, – [Електронний ресурс]. – URL:http://www.agrosvit.info/pdf/8_2018/9.pdf.
3. Гіпер-посилання - <https://nv.ua/ukr/biz/experts/metro-cash-carry-i-pandora-uspishni-keys-i-e-marketingu-v-ukrajini-50056028.html>.
4. Лазебник М. Обсяг рекламно–комунікаційного ринку України в 2015 році і прогноз розвитку ринку в 2016 році [Електронний ресурс] / М. Лазебник // Офіційний сайт Всеукраїнської рекламної коаліції. – Режим доступу : <http://www.adcoalition.org.ua/>.

Анжела Коваль

*аспірантка кафедри бізнес-економіки та підприємництва
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»
anzhela.koval@kneu.ua*

ЦИРКУЛЯРИЗАЦІЯ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ ПІДПРИЄМСТВ ЯК НОВА ПАРАДИГМА ВЕДЕННЯ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ЦИФРОВУ ЕРУ

CIRCULATION OF BUSINESS MODELS OF ENTERPRISES AS A NEW PARADIGM OF ECONOMIC ACTIVITY IN THE DIGITAL AGE

ЦИРКУЛЯРИЗАЦИЯ БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ ПРЕДПРИЯТИЙ КАК НОВАЯ ПАРАДИГМА ВВЕДЕНИЯ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ЦИФРОВУЮ ЭРУ

Анотація. Досліджено ключові напрями циркуляризації бізнес-моделей підприємств, а також проблематику постановки стратегічних цілей підприємства.

Abstract. The key directions of circulation of business models of enterprises, and problems of statement of strategic purposes of the enterprise are investigated.

Аннотация. Исследовано ключевые направления циркуляризации бизнес-моделей предприятий, а также проблематику постановки стратегических целей предприятия.

Цифровізація економіки скорішими темпами підштовхує різні сфери життєдіяльності господарств до підвищення якості своїх послуг, змушуючи їх бути ще більш зручними, ще простішими, вигіднішими, швидшими та мобільнішими. Унікальна торгова пропозиція в еру цифрових технологій зосереджується скоріше на більш вдалому клієнтському досвіді, аніж на інноваціях та винаходах. Цифрова економіка, будучи головним каталізатором допомоги у

вирішенні існуючих проблем в найрізноманітніших сферах від сільського господарства до сфери транспорту, податків та екології, спонукає переосмислити існуючі бізнес-моделі, адаптувати їх до нових екологічних, соціальних та економічних реалій в сьогодення.

Важливим стає не кількість виробленого, а розумне використання ресурсів на всіх етапах виробництва, випуск лише необхідної кількості товарів, а не перевиробництво, зменшення відходів та залишків, їх оптимізація. Підприємствам стає все більш необхідним ставати на шлях циркуляризації своїх бізнес-моделей.

Циркуляризація бізнес-моделі можлива у декількох напрямках, першим з яких є дизайн продукту та склад матеріалу, що полягає у зміні способу проектування та виробництва продукту, початково розробленого для максимізації високоякісного повторного використання його компонентів та матеріалів[1]. Виробництво та використання товарів з біо- чи відновлюваних матеріалів замість невідновлюваних ресурсів є однією з можливих опцій втілення даного напрямку. Другий шлях це інформаційні технології та управління даними.

Для того, щоби забезпечити оптимізацію ресурсів, необхідна ключова компетентність, що полягає у можливості відстежувати дані про товари, компоненти та матеріали. Петлі постачання третій напрям, що полягає у переході до максимального відновлення власних активів там, де це вигідно та максимізації використання перероблених матеріалів/використовуваних компонентів для отримання додаткової вартості від потоків продукції, компонентів та матеріалів. Ще одним шляхом є спільні платформи для обміну та використання товару, де існує взаємодія між користувачами продукту. Модель продажу є основним напрямом циркуляризації бізнес моделей, оскільки передбачає перехід від обсягу продажу продукції до продажу послуг та отримання продуктів після першого кола їх використання від покупців.

Наразі світовою парадигмою господарювання є модель «купити-спожити», де мета – продати товар, натомість у циркулярній бізнес-моделі це прагнення дещо змінюється на «орендувати» або «взяти у використання» товар. До прикладу в Україні таку модель вдало втілює в життя сервіс оренди суконь Ohmy Look, який віднедавна ще пропонує «Підписку на гардероб». Компанія починала як сервіс оренди вечірніх суконь, а наразі пропонує ще й оренду одягу та аксесуарів, даючи змогу клієнтам експериментувати зі стилем та трендами, мати доступ до сотні світових та ексклюзивних брендів та економити свій час. За символічну плату людина може обрати 3, 4 або 5 предметів гардеробу та користуватися ними протягом місяця, а вже наступного обрати собі нові речі до вподоби. Поширення моделі «продукт як послуга» стало можливим завдяки розвитку цифрових технологій, з появою смартфона та можливістю представити та замовити товар в один клік.

Зміна бізнес моделі починається зі змін стратегічних цілей підприємства. Наприклад, бізнес-моделі компаній, що працюють зі сировиною, зазвичай будуються навколо наступних ціннісних стратегій [2]:

- створення вартості: ефективні видобувні та виробничі процеси, максимізація економії на масштабі, включаючи економічне транспортування та гарантовані поставки;
- ціннісні пропозиції: висока якість та низька вартість можуть бути важливими цінними пропозиціями, залежно від типу матеріального та цільового ринку;
- охоплення вартості: ваговий або об'ємний продаж (переробленої) сировини.

Для сприяння циркуляризації підприємства можуть розглянути наступні цілі у своїх бізнес-моделях [2]:

- зменшення використання допоміжних ресурсів - води, енергії тощо - та утворення відходів під час виробництва сировини, підвищення ефективності процесу;
- збільшення виробництва перероблених матеріалів із відходів та інтеграція переробки матеріалів у виробництво нового матеріалу, закриття матеріальних петель;
- зменшення обсягу виробництва матеріалів за рахунок переходу на послуги, пов'язані з матеріалами, які є меншими залежить від максимізації ваги та обсягу виробництва та збуту, тощо.

Важливим етапом втілення циркуляризації бізнес-моделей у господарській діяльності є встановлення певних норм на державному рівні та їх контроль з боку регулюючих органів. Так, до прикладу в Китаї, підприємства перевіряються на відповідність їх діяльності екологічним, юридичним нормам, інспектуються умови і безпека праці, фінансова звітність[3]. Якщо жодних претензій немає – компанії присвоюється високий рейтинг і вона користується пільговим режимом оподаткування, хорошими умовами кредитування, стосовно неї спрощуються адміністративні процедури за принципом “прийняття неповного комплекту”[3].

Отже, циркуляризація бізнес-моделей підприємств повинна стати новою парадигмою введення господарської діяльності в цифрову еру у наступних напрямках: дизайн продукту та склад матеріалу, інформаційні технології та управління даними, петлі постачання, спільні платформи для обміну та використання товару та модель продажу. Аби почати процес циркуляризації існуючої бізнес-моделей варто зосередитися за зміни стратегічних цілей. Важливим є також встановлення норм на державному рівні та їх контроль з боку регулюючих органів.

Література

1. Lewandowski M. Designing the Business Models for Circular Economy—Towards the Conceptual Framework [Електронний ресурс] / Mateusz Lewandowski // MDPI. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.mdpi.com/2071-1050/8/1/43/pdf>.
2. Gillabel J. Business Models in a Circular Economy [Електронний ресурс] / J. Gillabel, S. Manshoven, F. Grossi // European Topic Centre Waste and Materials in a Green Economy. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.eea.europa.eu/themes/waste/resource-efficiency/a-framework-for-enabling-circular/download.pdf>.
3. Пищуліна О. Цифрова економіка: тренди, ризики та соціальні детермінанти [Електронний ресурс] / Ольга Пищуліна // Центр Разумкова. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: https://razumkov.org.ua/uploads/article/2020_digitalization.pdf.

УДК: 658.8.012

*Олександр Дима,
д.е.н., професор, заступник декана факультету маркетингу,
професор кафедри комерційної діяльності і логістики
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»*

*Юрій Кузьель,
студент факультету маркетингу
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»*

ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ПРОДУКТОВОГО ПІДХОДУ В УПРАВЛІННІ

PROSPECTS FOR USING THE PRODUCT APPROACH IN MANAGEMENT

ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРОДУКТОВОГО ПОДХОДА В УПРАВЛЕНИИ

Анотація. Динамічні та непередбачувані зміни, популяризація цифрових технологій ставлять нові задачі виробникам з одного боку та відкривають нові можливості в області генерації ініціатив, розробки і виведення на ринок інноваційних рішень з іншого. Бізнес повинен швидко адаптуватися до стрімко мінливого зовнішнього середовища. Продуктовий підхід допомагає підвищувати ефективність управління бізнесом в умовах динамічних змін.

Abstract. Dynamic and unpredictable changes, the popularization of digital technologies pose new challenges to manufacturers on the one hand and open new opportunities in the field of generating initiatives, developing and