

5. Сільськогосподарський робот Deepfield Robotics BoniRob. Latifundistmedia.com. URL: <https://traktorist.ua/news/1052-silskogospodarskiy-robot-deepfield-robotics-bonirob>
6. John Payne, ROSPHERE: A spherical robot for rough terrain. Robohub. URL: <https://robohub.org/rospHERE-a-spherical-robot-for-rough-terrain/> (дата звернення 25 травня 2022 року)
7. This is our community. FarmWise. URL: <https://farmwise.io/about> (дата звернення 25 травня 2022 року)

Юлія Литюга

*к.е.н., доцент кафедри комерційної діяльності та логістики,
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,
Lityuga.Yulia@gmail.com*

Злата Дорошенко

*студентка групи РКЛ-501, факультету маркетингу,
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,
zlatasergeeva12@gmail.com*

СУЧАСНІ БІЗНЕС-МОДЕЛІ ПІДПРИЄМНИЦТВА В ЦИФРОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

MODERN BUSINESS MODELS OF ENTREPRENEURSHIP IN THE DIGITAL ECONOMY

Анотація. Досліджено сутність розвитку бізнес-моделей в цифровій економіці. Розкриваються особливості й переваги платформної бізнес-моделі. Проаналізовано концепції та типології бізнес-моделей, які істотно вплинули на формування підприємницького ландшафту цифрової економіки.

Abstract. The essence of business models development in the digital economy is investigated. The features and advantages of the platform business model are revealed. Concepts and typologies of business models that significantly influenced the formation of the entrepreneurial landscape of digital economy are analyzed.

Актуальність даної роботи полягає в тому, що цифрова економіка, яка швидко розвивається, змінює класичні бізнес-моделі, впливає на трансформацію бізнесу та створення нових цифрових підприємств, відкриваючи величезні можливості для малого та середнього підприємництва. Дослідження цього процесу є особливо важливими, оскільки міжнародні компанії впроваджують нові технології та трансформують свої бізнес-моделі, щоб залишатися попереду, створюючи технологічні бар'єри, які конкуренти не можуть подолати. Слід зазначити, що розвиток цифрової економіки означає, що комп'ютери працюють в умовах постійної глобальної конкуренції. Найкращий спосіб уникнути можливих ризиків у цьому напрямі – це зрозуміти взаємозв'язок між бізнес-моделями та можливостями, які надають інформаційні технології.

Завданням цього дослідження було проаналізувати цифрову економіку та бізнес-моделі. Динаміка розвитку інформаційних продуктів та можливостей розвитку бізнесу на основі використання Інтернет технологій дала змогу збільшити роль та значення використання інформаційних технологій у бізнесі. Світова економіка змінилася через розвиток та застосування цих технологій. Всі підприємства змушені виживати в сучасній економіці, де світовий ринок характеризується конкуренцією, різноманітністю продуктів і послуг та коротким терміном експлуатації товару. З погляду цифрової економіки, інформаційні технології створюють можливості для спеціалізації та співпраці між компаніями з різних регіонів, зменшуючи трансакційні витрати, створюючи легкий доступ до зовнішніх ринків та полегшуючи розроблення нових моделей електронного бізнесу.

Для розвитку цифрової економіки – нової форми уявлення економічних та соціальних відносин – потрібна, по-перше, інформаційна інфраструктура: мережі, мережеві пристрої, цифрові системи тощо, а по-друге, зміна підходів до організації економічної активності та підприємництва [1,с. 60].

Цифрова економіка демонструє унікальні характеристики, що відрізняють її від традиційної економіки: мобільний інтернет, хмарні обчислення, великі дані, доповнена та віртуальна реальність мають різний ступінь проникнення у галузеві напрямки, але неухильно змінюють зміст підприємницької діяльності, принципи конкуренції та економічний простір.[2, с.70-80]

Вибір бізнес-моделі для нового підприємства або для трансформації та перетворення традиційної бізнес-моделі, яка вже існує в умовах цифрової економіки, – фундаментальне рішення, в якому закладено і можливий успіх, і потенційний ризик.

Загалом бізнес-модель має дуже багато визначень, як-от: концептуальний опис підприємницької діяльності; сукупність процесів, необхідних для нормального функціонування бізнесу; спосіб одержання прибутку; схема, за якою працює компанія та інші. Обрана фірмою бізнес-модель має узгодити її цілі та бізнес-процеси з реаліями зовнішнього середовища, а в результаті – реалізувати стратегію фірми. Однак будь-яка серйозна зміна в стратегії компанії має супроводжуватися трансформацією бізнес-моделі. Одним із сучасних трендів є формування платформних фірм із платформними бізнес-моделями [3].

Особливу увагу створенню платформ приділяє Google. всі основні сервіси Google – це платформи, в тому числі Google Search Android. крім того, компанія вже представила платформи для портативних пристроїв, збору даних про здоров'я, а також для підключених до інтернет-мережі автомобілів (придбання Google компанії Nest). Google експериментує з платформами для онлайн-замовлень і місцевої доставки, які зможуть змагатися з Amazon [4, с.150-200]

Переваги платформ:

- скорочення транзакційних витрат клієнтів на пошук один одного та укладення угоди; надання комплексних типових рішень щодо комерційних транзакцій;
- зменшення часу виведення нового продукту на ринок;

- мережевий ефект двостороннього ринку в ситуації, коли дві групи користувачів створюють додану вартість одна для іншої, отримуючи взаємовигідні переваги, наприклад: користувачі й розробники операційних систем (провайдери платформ Windows, Macintosh, Linux); здобувачі роботи й роботодавці на ринку праці (Monster, hh.ru, кадрові агентства); споживачі фільмів і кіностудії DVD (Sony, Toshiba, Samsung).

Також існують концепції та типології бізнес-моделей, які істотно вплинули на формування підприємницького ландшафту цифрової економіки. Наприклад:

1. Модель "інтегратора" (Integrator) виникає, якщо компанія охоплює весь галузевий ланцюжок створення цінності, має високий потенціал генерування доходу та доступ до всіх важливих комплементарних активів усередині організації. Приклади компаній: Procter & Gamble, Nestle. Характеристики моделі:

- існуючий ланцюжок створення цінності;
- слабка ринкова влада інноватора, порівняно з власниками комплементарних товарів;
- високий потенціал генерування доходів.

2. Модель гравця, який діє на певному рівні (Layer Player), що спеціалізується на одній ланці галузевого ланцюжка створення цінності та має відносно «невеликий» потенціал генерування доходу, доступ до всіх важливих комплементарних активів відбувається при співпраці з іншими компаніями. Приклади компаній: Intel та Microsoft. Характеристики моделі:

- існуючий ланцюжок створення цінності;
- сильна ринкова влада інноватора, порівняно з власниками комплементарних товарів;
- низький потенціал генерування доходів.

3. Модель маркетмейкера (Market Maker) формується, якщо компанія організує зовсім нову ланку в галузевому ланцюжку створення цінності, має відносно «невеликий» потенціал генерування доходу і, як новатор, високим рівнем ринкової влади, створюючи цим попит на свої послуги. Приклади компаній: Amazon, Uber. Характеристики моделі:

- інноваційний ланцюжок створення цінності;
- сильна ринкова влада інноватора, порівняно з власниками комплементарних товарів;
- низький потенціал генерування доходів.

4. Модель диригента (Orchestrator) спеціалізується на одній або декількох ділянках галузевого ланцюжка створення цінності, має високий потенціал генерування доходу та доступ до всіх важливих комплементарних активів шляхом співпраці з іншими компаніями. Приклади компаній: Zara, Benetton. Характеристики моделі:

- інноваційний ланцюжок створення цінності;
- слабка ринкова влада інноватора, порівняно з власниками комплементарних товарів;
- високий потенціал генерування доходів.

Важливо знайти відповідь на питання стосовно новітніх бізнес-моделей, на основі яких підприємства роздрібної торгівлі зможуть бути успішними та швидко зростати. Споживачі хочуть робити покупки через перехресні канали, але реалізація цієї вимоги в рамках одного підприємства буде вкрай витратною. Децентралізована модель, така як франшиза, більше не

підходить, оскільки в цьому випадку омніканальна торгівля через перехресні канали не може здійснюватися повною мірою. Пріоритетними компетенціями на підприємстві роздрібною торгівлі є інноваційність, цифровий інтелект і персоналізація, які необхідно адекватно використовувати у своїй бізнес-моделі, щоб перемогти в конкурентній боротьбі.

Література

1. Марчук О. О. “Цифровий маркетинг як інноваційний інструмент управління. Економіка і суспільство”. 2018. Вип. 17. С. 296-299.
2. Bughin J., Catlin T., Hirt M., Willmott P. Why digital strategies fail. URL: <https://www.mckinsey.com/business-functions/digital-mckinsey/our-insights/why-digital-strategies-fail>. УДК: 330.342:
3. “Нова економіка багатосторонніх платформ”. URL: <http://open.kmbs.ua/matchmakers/>
4. Моazed А. Джонсон Н. Фрагмент книги «Платформа. Практичне застосування революційної бізнес-моделі. URL: <http://www.management.com.ua/strategy/str327.html>

УДК: 330.341

Інна Рєпіна

*д.е.н., професор кафедри бізнес-економіки та підприємництва,
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,
rephousenew@gmail.com*

Микита Рєпін

*магістр економіки агробізнесу та аготрейдингу
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,
Findexjava@gmail.com*

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ АГРОБІЗНЕСУ

DIGITAL TRANSFORMATION OF AGROBUSINESS

Анотація. Досліджено рівень використання цифрових бізнес-моделей в агробізнесі, оцінено вигоди економічного, соціального та екологічного характеру від цифровізації агропідприємств.

Abstract. The level of use of digital business models in agribusiness is studied, the benefits of economic, social and environmental nature from the digitalization of agricultural enterprises are assessed.

Цифрові технології відкривають нові можливості для інтеграції малих фермерських господарств в цифрові агропродовольчі системи [1] і побудови сучасних цифрових бізнес-моделей.

В контексті досягнення цілей сталого розвитку цифровий агробізнес здатний забезпечувати економічні, соціальні, культурні та екологічні блага за рахунок підвищення