

СПІЛЬНОТНА ЕКОНОМІКА ЯК АЛЬТЕРНАТИВНИЙ ШЛЯХ ДО УСПІШНОЇ БІЗНЕС-МОДЕЛІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Запропоновано модель спільнотної економіки та підхід до вирішення проблем взаємодії між споживачами та виробниками шляхом впровадження платформи групових купівель.

Ключові слова: спільноти, економіка, групові купівлі, комунікація, автоматизація.

Abstract

A community economy model and an approach to solving the problems of interaction between consumers and producers by implementing a group purchasing platform are proposed.

Keywords: communities, economy, group buying, communication, automation.

Вступ

Мережеві супермаркети витрачають значні кошти на просування, переконуючи покупців у найкращих цінах та широкому асортименті товарів. Націнка, в залежності від товару, варіюється від 10% до 50% [1]. На деякі групи товарів її відсоток зумовлений контролем лімітної націнки на товар з боку держорганів [2]

Прибудинкові магазини мають ще більшу націнку та або відсутність акційних пропозицій. Що змушує кінцевого покупця відправлятися в велику систему супермаркетів, яка зазвичай розташована далеко від місця проживання покупця. Це змушує покупця витратити час та кошти на бензин, щоб дістатися найближчого місця масової торгівлі. Також існує проблематика вибору потрібного товару, транспортування важких пакунків додому тощо.

Малий та середній бізнес створював ще донедавна 60% ВВП країни та забезпечує роботою 7 мільйонів українців [3]. Вони виробляють якісні товари та послуги, але часто стикаються з проблемою входження на ринок. Один з основних каналів збуту можуть бути великі торговельні мережі. Проте, малі підприємства мають обмежені виробничі можливості, що стає на заваді їхньому входженню в такі мережі, а також не мають такої популярності серед споживачів.

Великі відносні логістичні витрати і відсутність коштів на великі рекламні кампанії заважають локальним невеликим виробникам конкурувати з великими відомими брендами в очах споживачів. Але ж їх якість, а інколи і ціна можуть бути привабливішими. Залишається питання, як залучити потенційних споживачів до можливості порівняти, спробувати «невідому» продукцію і зробити свій вибір.

Результати дослідження

Одним з найефективніших методів популяризації товару є рекомендація від людини до людини, від спільноти до спільноти. Проте, при продажу безпосередньо конкретному споживачу також вистачає труднощів. Формування та обробка кожного окремого замовлення є трудомістким процесом, що вимагає значних витрат часу та людських ресурсів. Крім того, виникає потреба доставки до великої кількості адресатів, збільшену вартість якої, підприємство не може включити у вартість товару.

Вихід – створення групових (спільних) закупівель. Цей механізм передбачає об'єднання споживачів, які бажають придбати однаковий товар, в одну групу. Споживачі разом можуть замовити значну кількість товару, доставка якої буде рентабельна для виробника. У спільнотній економіці підтримується локальне виробництво і таким чином зменшуються витрати на доставку. Доставка відбувається з найближчого підприємства, який здатний забезпечити відповідну якість товарів. Одне велике однотипне замовлення може бути зібрано та оброблено значно ефективніше, порівняно з

окремими індивідуальними замовленнями. Збільшення обсягу замовлення відкриває можливість скористатися додатковими перевагами – отримати знижку, гуртову ціну. Вигідна пропозиція для споживачів буде поширюватись, особливо якщо закласти мотиваційну складову для здійснення рекомендації та створення нових груп для спільних купівель.

То ж доречним буде створення програмного продукту, який дозволить автоматизувати подібний процес. Платформи, яка забезпечить ефективну комунікацію між спільнотами та виробниками товарів. Якщо ціна і якість товару будуть привабливі для споживача він буде періодично робити повторні купівлі. У першу чергу це стосується продуктів постійного вжитку, в тому числі продуктів харчування. Регулярні гуртові купівлі дадуть змогу виробнику сконцентруватися на якості продуктів та продавати товари великими партіями. При цьому, споживач буде забезпечений якісним та свіжим продуктом за найнижчою ціною. Збільшення товарообороту виробника зможе забезпечити дохід для платформи та можливо ще знизити вартість для кінцевого споживача. Всі сторони бізнес-процесу у вигрі.

Формування нової бізнес-моделі взаємовідносин між покупцями та виробниками дозволить побудувати сучасне суспільство, шляхом економії та спільним направленням коштів на розвиток власної громади. За допомогою бюджетної підтримки за програмою 70/30 [4] або інших державних програм покращити побут власної громади. Це дозволить побудувати або відремонтувати невеликі інфраструктурні об'єкти, облаштувати місця для дозвілля та заняття спортом.

Висновки

Проаналізовано виклики, з якими стикаються споживачі та виробники, запропоновано рішення у вигляді платформи групових купівель. Визначено доцільність створення такої платформи, яка сприяє економічно ефективним спільним купівлям, розвитку економіки спільного споживання та полегшує взаємодію між споживачами та виробниками задля взаємної вигоди.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Окландер М. А. Маркетингова цінова політика / М. А. Окландер, О. П. Чукурна: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://pidruchniki.com/18420107/marketing/marketingova_tsinova_politika/
2. Коваль Л. Засідання кабінету міністрів: націнка не має перевищувати 10 відсотків. – 2022 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ukurier.gov.ua/uk/articles/nacinka-ne-maye-perevishuvati-10-vidsotkiv/>
3. Зеленський В.О. Малий і середній бізнес є основою економіки України... – 2023 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3210973-malij-i-serednij-biznes-dae-60-vvp-i-bilse-zelenskij.html>
4. 70/30 – співфінансування для забезпечення тимчасовим житлом переселенців та надання сервісів стало доступнішим для місцевої влади / Урядовий портал. – 2019 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.kmu.gov.ua/news/7030-spivfinansuvannya-dlya-zabezpechennya-timchasovim-zhitlom-pereselenciv-ta-nadannya-servisiv-stalo-dostupnishim-dlya-miscevoyi-vladi?fbclid=IwAR2Jw5Agd_y6NstRmbd556dkNIQsrno0SwwgDcmicIZ7mbGb3dc5kicu1ahY

Дубінчак Андрій Володимирович – студент групи ІАКІТ-206, факультет інтелектуальних інформаційних технологій та автоматизації, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: andrii.dubinchak@gmail.com

Науковий керівник: *Кабачій Владислав Володимирович* – канд. техн. наук, доцент кафедри автоматизації та інтелектуальних інформаційних технологій, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Dubinchak Andrii V. – Department of Intelligent Information Technology and Automation, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: andrii.dubinchak@gmail.com

Supervisor: *Kabachii Vladyslav V.* – Cand. Sc. (Eng), Assistant Professor of Intelligent Information Technology and Automation, Vinnytsia Up National Technical University, Vinnytsia