

Власюк К. В.

старший викладач, аспірант

Міжнародного гуманітарного університету, м. Одеса

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6209-5525>

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-333-3-33>

ІННОВАЦІЙНІ БІЗНЕС-МОДЕЛІ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В УМОВАХ КРИЗИ

Інноваційна бізнес-модель (БМІ) обіцяє стати сильною відповіддю на кризи. Будь-яке підприємство базується на певній бізнес-моделі, тобто унікальній конфігурації трьох взаємопов'язаних елементів ціннісної пропозиції, створення цінності та захоплення цінності, яка або свідомо сформульована, або ні. Вимір вартісної пропозиції описує портфель запропонованих підприємством рішень і те, як воно пропонує ці рішення споживачу. Створення вартості визначає, як підприємство створює її у своєму ланцюжку вартості на основі своїх ресурсів і можливостей, тоді як отримання вартості стосується того, як підприємство перетворює свою вартісну пропозицію в дохід.

Бізнес-моделі (БМ) є важливими, коли підприємства прагнуть комерціалізувати свої інновації. БМ є рушійними силами інновацій, що представляють структуру, в якій фірми створюють і захоплюють цінність інноваційних технологій або ідей, які самі по собі не забезпечують жодної єдиної об'єктивної цінності доки не будуть комерціалізовані певним чином через бізнес-модель. Враховуючи їхню роль в інноваціях, бізнес-моделі самі стали суб'єктом інновацій [1].

Технологію інноваційної моделі (ІМТ) визначимо як сплановані, нетривіальні зміни ключових елементів БМ підприємства та/або архітектури, що зв'яже ці елементи. Крім того, пропонується типологія БМ, яка розрізняє чотири типи ІМТ на основі двох вимірів, а саме обсягу (модульні зміни проти архітектурних змін) і новизни (нові для підприємства проти нових для галузі).

Еволюційний ІМТ розвивається як скоріше добровільні та невідкладні зміни в окремих компонентах БМ. Навпаки, адаптивний ІМТ відноситься до змін у всій БМ та її архітектурі, отже, як компоненти БМ пов'язані разом, як реакція на зміни зовнішнього

середовища. Зміни в еволюційному та адаптивному ІМТ зазвичай є новими для фірми, але не обов'язково є новими для галузі. Цілеспрямований і комплексний ІМТ – це модульні або архітектурні зміни БМ, які активно ініціює керівництво підприємства, щоб порушити ринкові умови у відповідній галузі. Отже, ці зміни не є новими для підприємства, а новими для галузі. Сфокусований ІМТ представляє зміни в одному елементі БМ, тоді як складний ІМТ впливає на всю архітектуру БМ [2].

Протягом останніх років ІМТ привертає все більшу увагу вчених і практиків, але дослідження БМ для підприємств готельно-ресторанного бізнесу залишаються рідкісними, а тому також не розглядають його елементи та типологію. Незважаючи на те, що інновації мають велике значення для зростання підприємств готельно-ресторанного бізнесу і конкурентоспроможності, роль ІМТ – за деякими винятками – широко занедбана. Тому це дослідження намагається дослідити, як ці елементи та типи ІМТ дотримуються в діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу [3].

Цікаво, що БМІ допомагає підприємствам готельно-ресторанного бізнесу створювати стійку конкурентну перевагу, головним чином, коли вони працюють у турбулентному середовищі. Насправді ІМТ часто виникає як наслідок зовнішніх чинників, таких як глобалізація, зміни в конкурентному середовищі, нові технологічні можливості або нові поведінкові можливості. ІМТ життєво важливий для успіху підприємства у сьогоднішньому швидко мінливому, турбулентному та нестабільному середовищі. У такому середовищі раніше успішні БМ можуть більше не бути прибутковими, а перевершена здатність переосмислити свою БМ до того, як обставини змусять вас це зробити стає важливим джерелом конкурентоспроможності переваги. У контекстах, що характеризуються високою мінливістю навколишнього середовища, ІМТ може надати можливості, наприклад, реагувати на зміну джерел створення та захоплення вартості і розробити нові, інноваційні способи їхнього створення.

Література:

1. Shcherbyna V. Особливості логістичних процесів в готельно-ресторанному бізнесі. *Розвиток методів управління та господарювання на транспорті*. 2020. № 1 (70). С. 99–114.
2. Нагорняк Г. С., Малюта Л. Я., Мельник Л. М. Визначення найважливіших закономірностей стабільного розвитку підприємств готельно-

ресторанного господарства. *Галицький економічний вісник Тернопільського національного технічного університету*. 2020. Т. 64. № 3. С. 174–184.

3. Гросул В. А., Каленік К. В. Особливості формування конкурентної стратегії підприємства ресторанного господарства. Інноваційний потенціал сучасної економічної науки: матеріали міжнародної науково-практичної інтернет-конференції економічного спрямування. Тернопіль, 2017. С. 13–15.