# БІЗНЕС ЕКОСИСТЕМИ
# в органічному виробництві

Юрій Шевченко
ТОВ «УКРОЛІЯ»

# Про компанію

«УКРОЛІЯ» — український виробник якісної соняшникової олії. Працюючи на ринку з 2001 року, компанія накопичила значний досвід у виробництві соняшникової олії, застосовуючи передові технології контролю якості від закупівлі сировини до доставки продукції споживачеві.

Наші міжнародні сертифікати гарантують високу якість продукції, яку ми експортуємо в більш ніж у 40 країн світу.

# НАША МІСІЯ

**Формувати**
нову культуру споживання здорової олії

**Створювати**
ефективні, інноваційні продукти з доданою цінністю в сегменті органічних високоолеїнових олій та на ринку продуктів здорового харчування

**Реалізовувати**
сервіс високого рівня для клієнтів компанії, які розуміють важливість продуктів з доданою цінністю та поважають партнерські взаємовідносини

**18 000 т**
органічного соняшнику на рік

**7 000 т**
органічної олії на рік

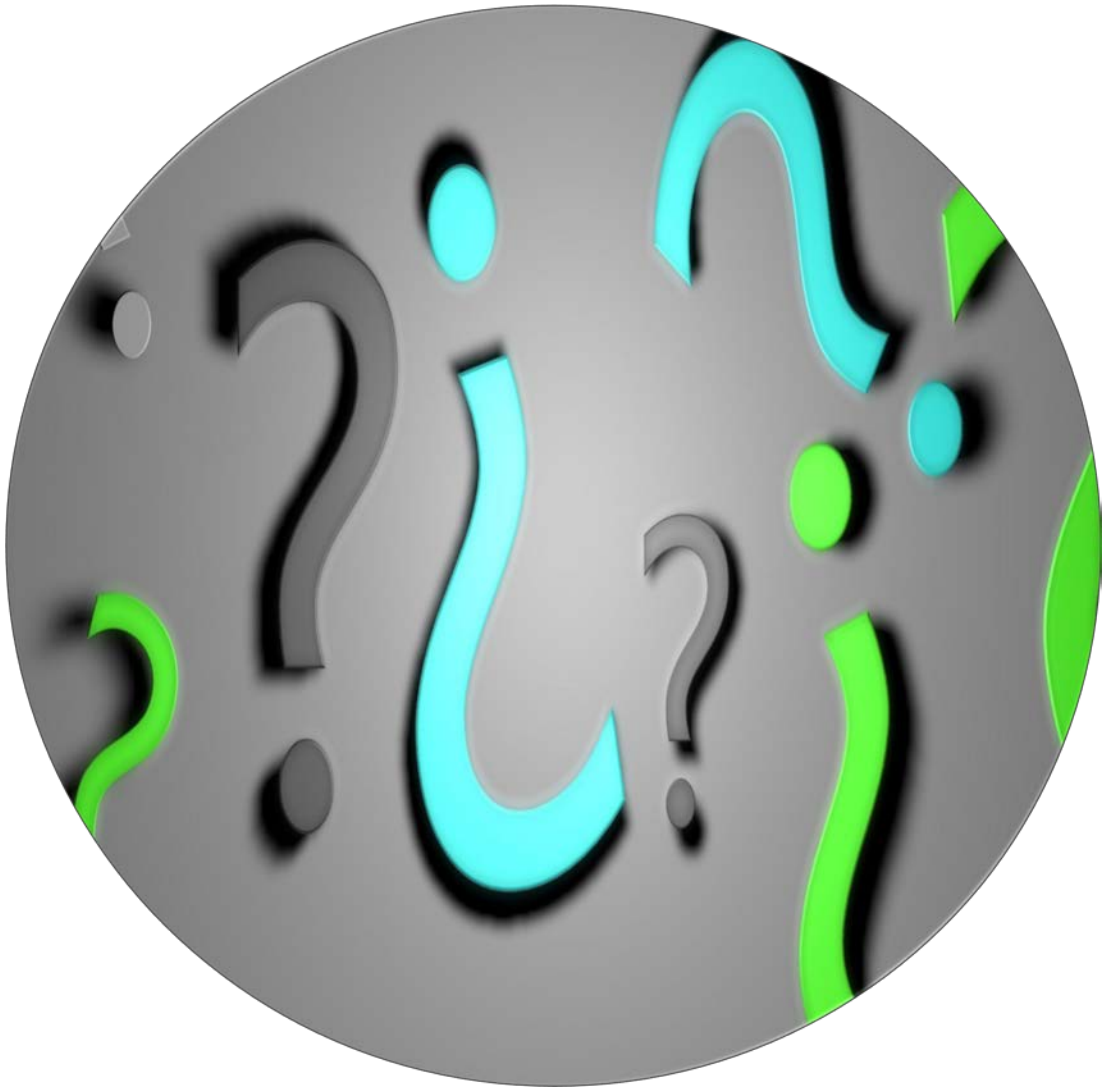
**7 000 т**
органічної макухи соняшнику на рік

# «УКРОЛІЯ ОРГАНІК»

«УКРОЛІЯ ОРГАНІК» — це сучасний високотехнологічний виробничий комплекс, що спеціалізується на переробці виключно органічної сировини.
Запуск заводу здійснено в листопаді 2017 року.
Інвестиції в новий завод з виробництва органічних олій - це інвестиції в майбутнє нашої компанії і в майбутнє органічного сегмента в цілому.

«УКРОЛІЯ ОРГАНІК» спеціалізується на переробці виключно органічного насіння соняшнику
UKROLIYA

# РОЗВИТОК БІЗНЕС ЕКОСИСТЕМ В УКРАЇНІ



# ЯК НЕ ЗАПЛУТАТИСЯ У ТЕРМІНАХ?

- **КЛАСТЕРИ**
- **БІЗНЕС -ЕКОСИСТЕМИ**

**Кластер** - це галузеве, територіальне та добровільне об'єднання підприємницьких структур, які об’єднуються з метою підвищення конкурентноздатності власної продукції і сприяння економічному розвитку регіону.

**Ознаки кластеру:**

- smart спеціалізація;
- географічна концентрація;
- взаємодія об’єднання.

**Бізнес  екосистема –** це мультиплікація вартості бізнесу.

**Логіка** бізнес-екосистеми основана на вигоді для усіх учасників.

**Зв’язки** в бізнес- екосистемі об’єднуються однією **ІДЕЄЮ**.

Ідея визначає 2 складові: **Added Value Proposition та Value Net**.

**Ознаки бізнес екосистеми:**

- елементи;
- зв’язки;
- границі системи;
- емерджентність;
- структура

# VALUE NET

# ВИКЛИК ДЛЯ ВАС

готові до дій?

Стадії розвитку бізнес екосистеми

| Стадії розвитку екосистеми | Пріоритет | Співробітництво | Конкуренція |
|---|---|---|---|
| Створення | **Цінність** | Працювати **разом з клієнтами та постачальниками** для пошуку нових value propositions та парадигм, які суттєво відрізняються від існуючих. | Захищати свої **ідеї** від тих, які можуть створити схожі offers. |
| Розширення | **Критична маса** | Донести нову пропозицію **на більший ринок**, працюючи з постачальниками та партнерами для досягнення **максимального охоплення** ринку та критичної маси. | Перемагати альтернитивні впровадження схожих ідей; забезпечити відповідність вашого підходу **стандартам екосистеми.** |

**Стадії розвитку бізнес ecосистеми**

| Стадії розвитку екосистеми | Пріоритет | Співпраця | Competitive challenges |
|---|---|---|---|
| Влада | Вести розвиток | Забезпечувати непереборну vision – заохочувати постачальників та клієнтів для роботи по покращенню екосистеми | Підтримувати **сильну ринкову владу** у відносинах з іншими гравцями в екосистемі – включая ключових клієнтів та цінних постачальників. |
| Оновлення | Постійне вдосконалення | Працювати з інноваторами над **новими ідеями** для існуючої екосистеми. | Підтримувати високі вхідні бар'єри для упередження створення альтернативних екосистем. Підтримувати високий **рівень витрат клієнтів по переключенню** на інші пропозиції. |

# Можливості

Головна метою бізнес-стратегії- розробка **загальних правил** бізнес екосистеми.

Необхідно знайти **модель взаємозалежних зв'язків**.

Необхідно знайти учасників для постачання необхідних **активів, компетенцій, ресурсів та процесів** за рахунок партнерств, вертикальної інтеграції.

# Виміри бізнес екосистеми

| Виміри екосистеми | Головні питання |
|---|---|
| Клієнти | Яким групам клієнтів ми можемо створювати пропозицію іншим чином? |
| Ринок | В яких границях ми будеми грати? |
| Пропозиція | Які total offers ми можете забезпечити? |
| Процеси | Яку архітектуру бізнес процесів ми будуємо, що забезпечить радикально кращу ціну/виконання існуючих процесів на ринках. |

# Конкуренція всередині екосистеми

**Ключем для перемоги та лідерства є ринкова влада** – високий прибуток виходить з сильної ринкової влади.

Створи щось **виключне у продукції, процесах та організації екосистеми.**

# Визначаючі складові та “розташування”

Хто повинен рухатись першим?

Хто залежить від кого?

Кого бачить клієнт, а хто залишається невідомими?

# Ролі та відносини

***Бути лідером чи послідовником в інноваціях бізнес екосистеми?***

Успіх в інноваціях екосистеми потребує чіткого плану – як всі елементи та актори будуть “грати”.

**Хто буде відповідати, щоб план був успішним?**

Кому потрібно тримати віжки та везти до бажаної цілі, реалізуючи своє прагнення та приймаючи на себе головні ризики, спробувати отримати славу та прибутки лідера?

# Хто є лідером в екосистемі?

*A “leader” without followers is just a guy in a suit.*

**“Чи хочу я бути лідером ?”**

**“Чи існують вагомі причини, щоб інши були готові слідувати за мною?”**

Для створення послідовників серед партнерських бізнесів не достатьо мати харизматичне, **стратегічне бачення**, **сильний бренд**. Це допоможе.

**Головна відповідальність лідера – це створення ІДЕЇ , Added Value Proposition та Value Net.**

Відмінність між лідерами та послідовниками – шлях. Лідери перемагають через інвестиції та ризики на початку, **розмір та час повернення на вкладені інвестиції**.

# Розвиток бізнес екосистем в Україні

**В Україні** розвиток бізнес екосистем все ще перебуває у зародковому стані.

Сьогодні виникає тенденція, коли гравці ринку одночасно конкурують і співпрацюють один з одним, тому що кінцевий клієнт стає більш підкованим і вимогливим, змушуючи навіть конкурентів  надавати комбіновані послуги, щоб донести ту саму додаткову цінність продукту  кінцевому споживачеві.

Основа всієї нашої роботи - це створення бізнес екосистеми, в бізнес процес якої залучені агропідприємства, постачальники насіння, покупці,логісти, консалтери.

На відміну від холдингових структур, взаємодія в бізнес екосистемі будується за іншим принципом - ділитися компетенціями, а не ділити ресурси, розширювати масштаб екосистеми у співпраці з конкурентами і партнерами і безумовно накопичувати взаємна довіра.

# Бізнес екосистема

## Value Net

Фінансові установи

Агрокомпанії по вирощуванню органічного високоолеїнового соняшнику

Organic HOSO
Middle HOSO
Ядро насіння

Сертифікаційні органи

R&D

Дистриб'ютори насіння,добрив, техніки, палива

Дистриб'ютори внутрішній ринок

**Added value proposition**

Високоолеїновий клуб

Високоолеїновий клуб

Goodwine

Асоціація дієтологів

Логістичні компанії

Міжнародні страхові компанії

Dow Seeds, PIONEER BRAND · SEEDS

Глобальні компанії-постачальники насіння

syngenta

Дистриб'ютори зовнішній ринок

Органічна Україна

Асоціація органічного руху

WHOLE FOODS MARKET

Клієнти HoReCa

Створення бізнес екосистеми - це свідомий вибір кожного!