

УДК 642.59:640.433]:005.8  
DOI: 10.31866/2616-7468.6.2.2023.291703

## ОБҐРУНТУВАННЯ БІЗНЕС-ІДЕЇ РОЗРОБЛЕННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ «ВУЛИЧНА ЇЖА»

*Марина Колеснікова,*  
кандидатка технічних наук,  
Державний біотехнологічний університет,  
Харків, Україна,  
Marynakolesnikova@gmail.com  
<https://orcid.org/0000-0002-6223-7105>  
© Колеснікова М. Б., 2023

*Вадим Резніков,*  
магістрант,  
Державний біотехнологічний університет,  
Харків, Україна,  
kontiargentina@gmail.com  
© Резніков В. А., 2023

*Олена Круглова,*  
кандидатка економічних наук,  
Державний біотехнологічний університет,  
Харків, Україна,  
olenakruhlova@gmail.com  
<https://orcid.org/0000-0002-9405-8312>  
© Круглова О. А., 2023

*Світлана Юрченко,*  
кандидатка технічних наук,  
Державний біотехнологічний університет,  
Харків, Україна,  
sluyrchenko@gmail.com  
<https://orcid.org/0000-0003-1286-081X>  
© Юрченко С. Л., 2023

**Актуальність.** Street food – один із популярних сегментів закладів сучасної ресторанної індустрії, який набув поширення у великих населених пунктах і містах, особливо там, де розвинене бізнес-середовище. Вулична їжа є найбільш доступним джерелом поживних речовин для харчування людей поза домом. Це оптимальне рішення особливо популярне в середовищі молодих людей, насамперед здобувачів освіти та учнів. Саме мережевий street food пропонує їм гарантовано якісне харчування. Розроблення методології та реалізація моделі «Технологія як бізнес» на прикладі впровадження технології гриль-сендвічів (паніні) для фудтраків дозволить реалізувати бізнес-ідею проєкту «Вулична їжа». **Мета дослідження** – обґрунтування бізнес-ідеї розроблення та реалізації продукції формату street food для мобільних точок харчування на прикладі гриль-сендвічів (паніні). **Методи дослідження** технологічної складової – аналітичні, стандартні. Для аргументування доцільності комерціалізації інноваційної технології на ранніх стадіях використано методи критичного аналізу й узагальнення інформації з наукових публікацій щодо оцінювання комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності, ефективності бізнес-проєктів. **Результати дослідження.** Доведено доцільність розроблення та впровадження бутербродної продукції на прикладі технології гриль-сендвічів (паніні) для формату street food. Відпрацювання рецептурного складу та технологічного процесу виробництва дозволило розробити асортимент гриль-сендвічів (паніні), визначити конкурентні переваги та здійснити оцінку розроблення за сукупними показниками відповідно до моделі «Технологія як бізнес». Обґрунтовано раціональність комерціалізації інноваційної технології на ранніх стадіях її впровадження, ураховуючи показники економічної ефективності виробництва

продукції, використання інвестицій, адаптації технології в умовах конкретного виробництва. **Висновки та обговорення.** Умотивовано бізнес-ідею розроблення та реалізації проекту «Вулична їжа» на прикладі гриль-сендвічів (паніні) для мобільних точок харчування (фудтраків). Установлено доцільність комерціалізації інноваційної технології на ранніх стадіях її впровадження з огляду на показники економічної ефективності.

**Ключові слова:** гриль-сендвічі (паніні), вулична їжа, фудтраки.

### Актуальність проблеми

*Постановка проблеми.* Певна частка розробок продукції, що здійснюються в харчовій промисловості та ресторанній індустрії, як правило, вирішують локальні завдання: розширення асортименту, покращення споживчих властивостей, оптимізація технологічного процесу виробництва та ін. Але сучасний світ, що стрімко змінюється, диктує необхідність багатовекторного розвитку для успішного створення та впровадження нових або удосконалених продуктів. Це означає, що харчову продукцію не можна розглядати тільки як джерело втамування голоду або нову гастрономічну емоцію.

Відповідно до світових тенденцій успішних підприємств, технологію харчової продукції доцільно розглядати як бізнес: сукупність методів, прийомів, інновацій, технічних і розумових рішень, що сприяють розвитку, розширюють можливості та створюють нові перспективи. Отже, синтез технології та економіки дозволяє перевести елементи творчості у конкретні цифри для визначення ефективності ідеї, доцільності й результативності її впровадження (Okumus & Sonmez, 2019).

Незважаючи на російську агресію проти України, заклади ресторанної індустрії функціонують, трансформуючи існуючі та запроваджуючи нові бізнес-моделі, найбільш активно – у сегменті підприємств малого бізнесу (кав'ярні, мережеві буфети, мобільні точки з реалізації напоїв і покупної продукції).

У межах науково-практичних інтересів нами обрано опрацювання моделі «Технологія як бізнес» на прикладі розроблення та реалізації продукції формату street food для мобільних точок харчування.

*Стан вивчення проблеми.* Street food (вулична їжа) – це індустрія приготування та подавання готової їжі та напоїв у громадських місцях, на вулиці, споживання яких відбувається відразу, на ходу (Bouafou et al., 2021). Близько 2,5 мільярдів людей у всьому світі щодня споживають вуличну їжу завдяки її дешевизні, легкодоступності та зручності. Вулична їжа має високу соціально-економічну цінність, оскільки сприяє збереженню місцевої культурної та харчової спадщини, що приводить до збільшення переваг від туризму та зміцнення зв'язків із територією (Alfiero et al., 2017; Florek & Gazda, 2021; Яценко, 2020; Постова, 2022).

Завдяки функціонуванню фудтраків у Польщі розвиток street food сприяв збільшенню кількості публічних заходів, таких як концерти просто неба, історичні реконструкції, спортивні та рекреаційні заходи (Kowalczyk & Kubal-Czerwińska, 2020). Автори (Sgroi et al., 2022; Fahlevi et al., 2019) зазначають, що вулична їжа є джерелом розбудови спільноти й рушійною силою соціальної взаємодії, яка додає цінності міським просторам.

Street food перебуває на передньому краї харчових інновацій і останнім часом набуває все більшої популярності. Його «мігруючий» характер означає, що

він може адаптуватися до мінливого споживчого попиту на нові смаки й тенденції в меню швидкого харчування. Особливо це помітно на прикладі національної кухні (Центральна виробничо-технологічна лабораторія Укрхлібпрому, 2006). Вулична їжа є зрозумілою та традиційною для споживачів майже в усьому світі, а тенденції розвитку цього виду бізнесу в ресторанній індустрії характеризуються сталим зростанням (Полстяна & Кононенко, 2020).

*Невирішені питання* полягають у виробленні методології та конкретної реалізації моделі «Технологія як бізнес» на прикладі розроблення та реалізації продукції формату street food для мобільних точок харчування.

### **Мета і методи дослідження**

*Метою дослідження* є обґрунтування бізнес-ідеї розроблення та реалізації продукції формату street food для мобільних точок харчування на прикладі гриль-сендвічів (паніні).

*Методи дослідження.* За технологічною складовою: відповідно до ДСТУ 4582:2006 «Система розроблення і поставлення продукції на виробництво». За економічною складовою: методи критичного аналізу й узагальнення інформації з наукових публікацій щодо оцінювання комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності, ефективності реалізації бізнес-проектів (Blanco-Gutiérrez et al., 2020; Vulkan et al., 2020; Menon et al., 2020; Омеляненко, 2012; *Методики*, б.д.).

*Об'єктом дослідження* є процес моделювання «Технологія як бізнес» на прикладі обґрунтування бізнес-ідеї з розроблення та впровадження технології гриль-сендвічів (паніні) для мобільних точок харчування (фудтраків).

*Предметом дослідження* є теоретико-методичні та практичні аспекти впровадження гриль-сендвічів (паніні) для мобільних точок харчування, економічне обґрунтування бізнес-ідеї розроблення та реалізації проекту «Вулична їжа».

*Наукова новизна* полягає в методиці оцінювання харчової продукції для визначення доцільності її комерціалізації з урахуванням показників економічної ефективності виробництва продукції, використання інвестицій, адаптації технології в умовах конкретного виробництва.

*Інформаційна база дослідження* – результати власних теоретичних та експериментальних досліджень, монографії, автореферати дисертацій, друквані й електронні наукові статті у фахових збірниках наукових праць, матеріали науково-практичних конференцій, ресурси інтернету.

### **Результати дослідження**

У сучасному конкурентному середовищі харчових продуктів, технологій, послуг дуже важливим для реального їх впровадження та залучення інвесторів є комплексне обґрунтування технології (продукту, послуги тощо), яка цікава як бізнес для власника та як продукт для споживача. В умовах нестабільності, з одного боку, та із прагненням відновлення елементів ресторанної індустрії, з іншого боку, обґрунтування бізнес-ідеї з відкриття та функціонування мобільної точки харчування (фудтраків) є актуальним завданням. Нами визначено популярні формати фудтраків та надано їх стислу характеристику (рис. 1).



Рис. 1. Популярні формати фудтраків та їх стисла характеристика  
Джерело: власна розробка

Pic. 1. Popular food truck formats and their brief description  
Source: own elaboration

На підставі попередньо проведених аналітичних досліджень було показано доцільність розроблення та впровадження бутербродної продукції, а з огляду на популярність італійської кухні для опрацювання обрано технологію гриль-сендвічів (паніні). Модель технології виробництва гриль-сендвічів (паніні) подано на рис. 2. Незважаючи на те, що процес виробництва бутербродної продукції загальновідомий, її популярність серед споживачів в усьому світі є стабільною протягом багатьох років. Тому технологічна частина проекту передбачає підготовку рецептурного складу напівфабрикатів і готової продукції: розроблення варіантів сполучуваності (моделювання складу) рецептурних компонентів відповідно до вимог сучасного споживача. Класичними уявленнями про розвиток споживчого ринку та формування асортиментної лінійки продукції передбачено дві основні групи асортиментних одиниць: на основі м'ясної сировини, на основі овочевої сировини.

Поетапне відпрацювання рецептурного складу й технологічного процесу виробництва дозволило розробити асортимент гриль-сендвічів (паніні) (рис. 3), визначити їх харчову цінність і конкурентні переваги, перейти до оцінки за сукупними показниками згідно з моделлю «Технологія як бізнес».

Модель «Технологія як бізнес» ґрунтується на базових засадах трансферу технологій, зокрема в тому, що передбачає комерціалізацію об'єктів інтелектуальної власності. Як об'єкт інтелектуальної власності технологія виробництва харчової продукції може бути комерціалізована двома способами – як інноваційний продукт або у складі інноваційної продукції. У першому разі комерціалізація технології відбувається шляхом її продажу або передачі прав на її використання; у другому – шляхом виробництва й реалізації інноваційної продукції, виготовленої з її використанням. За умови комерціалізації технології шляхом продажу або передачі прав на її вико-

ристання економічний результат формалізується у вигляді одноразового прибутку, паушального внеску або роялті. У разі організації виробництва результат комерціалізації виражається прибутком від реалізації інноваційної продукції.



Рис. 2. Модель технології гриль-сендвічів (паніні)  
Джерело: власна розробка

Pic. 2. Model of grilled sandwich (panini) technology  
Source: own elaboration

Ураховуючи способи комерційного трансферу, основними його моделями для інноваційних технологій харчових виробництв є такі: «розроблення – власний бізнес», «розроблення – передавання/продаж прав», «розроблення – спільне виробництво». Через тривалість розроблення інноваційної технології відзначимо актуальність оцінювання рівня комерціалізації на всіх етапах її життєвого циклу, зокрема на ранніх. Позитивний висновок щодо доцільності роботи, зроблений на стадії обґрунтування ідей, виконання робіт із відпрацювання складу й технологічного процесу виробництва продукції, знижує ризики невдачі за наступними етапами проведення дослідження, зокрема під час реалізації інноваційного розроблення на ринку.

Для експертизи розроблених технологій застосовують різний методичний інструментарій, а саме технологічний аудит, GAP- і SWOT-аналіз (Blanco-Gutiérrez et al., 2020), методики LIFT, TAME™ (Bulkan et al., 2020), показники ефективності використання інвестицій (Menon et al., 2020).

Аналіз критеріїв і показників за зазначеними методами свідчить, що незалежно від обраного методичного інструментарію висновок щодо потенціалу комерціалізації технології передбачає оцінку економічної ефективності її впровадження, що дозволяє розглядати економічні показники як універсальні для ідентифікації

доцільності комерціалізації технології на ранніх стадіях. Ураховуючи склад показників, що використовуються для оцінювання комерціалізації технології, для експрес-оцінки комерційного трансферу прийнятним є використання показників рентабельності продукції та інвестиційної привабливості організації її виробництва. Крім того, для оцінювання успішності комерційного трансферу визначають доцільність урахування адаптивності технології в умовах конкретного підприємства, про що зазначено в публікації (Омельяненко, 2012).



Рис. 3. Асортимент гриль-сендвічів (паніні)

Джерело: власна розробка

Рис. 3. Assortment of grilled sandwiches (panini)

Source: own elaboration

Грунтуючись на існуючих методичних розробках (Методики, б.д.; Омельяненко, 2012), для визначення доцільності комерціалізації технології виробництва продукції в рамках моделі «розроблення – власний бізнес» на ранніх стадіях її впровадження запропоновано використати показники ефективності впровадження технології (ф.1, ф.2):

$$FTC_n = f(E_p; E_I) \quad (1)$$

$$FTC_v = f(E_p; E_I; A) \quad (2)$$

$$E_p = \{E_{p1}, E_{p2}, \dots, E_{pn}\} \quad (3)$$

$$E_I = \{E_{I1}, E_{I2}, \dots, E_{In}\} \quad (4)$$

$$A = \{A_1, A_2, \dots, A_n\} \quad (5)$$

де  $FTC_n$  – доцільність комерціалізації технології як окремий бізнес-напрямок, бінарна оцінка;

$FTC_v$  – доцільність комерціалізації технології в діюче виробництво, бінарна оцінка;

$E_p$  – множина показників щодо продукції;

$E_i$  – множина показників ефективності інвестицій;

$A$  – множина показників адаптації технології.

Якщо технологія впроваджується як окремий бізнес-напрямок, для оцінювання доцільності її комерціалізації рекомендовано застосування показників ефективності виробництва продукції та використання інвестицій. Якщо технологія впроваджується в діюче виробництво, то склад показників рекомендовано розширити, включивши також показники щодо адаптації технології в умовах конкретного виробництва (табл. 1).

У рамках моделі «розроблення – власний бізнес» сформовано фінансову модель і оцінено економічну доцільність упровадження у практику діяльності технології виробництва гриль-сендвічів (паніні) як окремого бізнес-напрямку. Фінансову модель за проектом розроблено з урахуванням показників обсягу та структури виробництва, food cost і цін на продукцію в асортименті, операційних та інвестиційних витрат.

Унаслідок цього здійснено прогностичні розрахунки щодо фінансового результату за періодами часу, руху грошових коштів, стану активів та капіталу. Розроблену модель використано для визначення доцільності впровадження технології виробництва гриль-сендвічів (паніні) у практику діяльності. Послідовність розрахунків наведено на рис. 4.

Оцінювання економічної ефективності виробництва продукції здійснено на основі значень показника food cost. За розрахунками його величина становила 20,0...27,5 %, що свідчить про високий рівень прибутковості розробленої продукції (табл. 2).

Табл. 1. Показники ефективності впровадження технології  
Tabl. 1. Efficiency indicators of technology implementation

Група показників	Показники
Показники за продукцією	Рентабельність продукції; маржинальність продукції; коефіцієнт зміни продажів продукції; собівартість продукції; food cost кулінарної продукції
Показники ефективності інвестицій	Рентабельність інвестицій; період окупності проекту; чистий приведений дохід; внутрішня норма прибутковості
Показники адаптації технології	Швидкість адаптації технології; матеріальне забезпечення адаптації технології; кадрове забезпечення адаптації технології; організаційне забезпечення адаптації технології; фінансове забезпечення адаптації технології

Джерело: (Методики, б.д.)

Source: (Methodyky, n.d.)

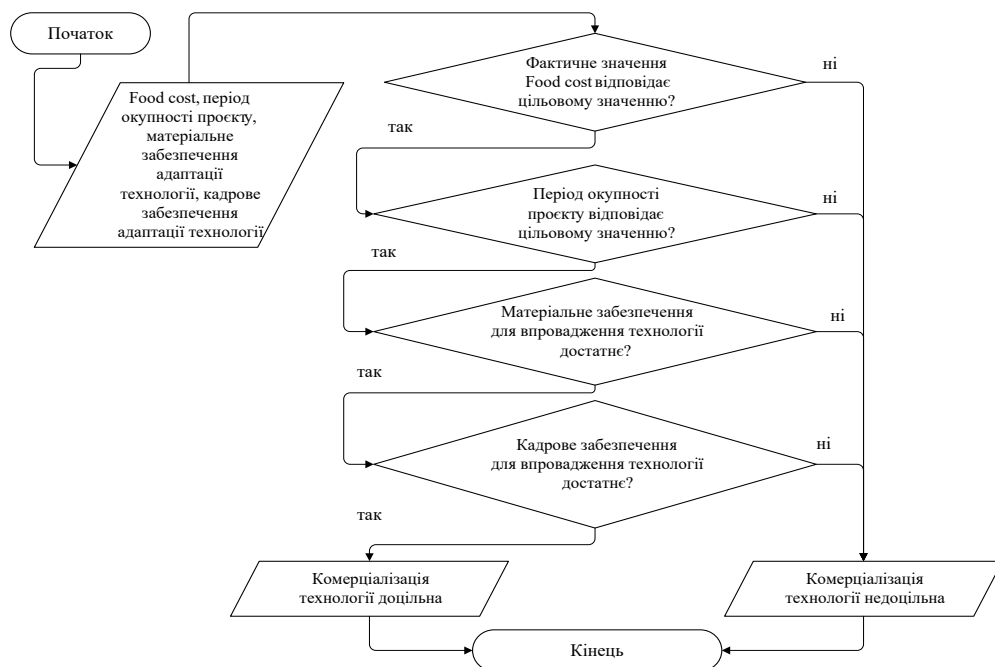


Рис. 4. Послідовність оцінювання доцільності комерціалізації технології гриль-сендвічів (паніні)

Джерело: власна розробка

Pic. 4. Sequence of assessing the feasibility of commercialization of grilled sandwiches (panini) technology

Source: own elaboration

Табл. 2. Ціна кулінарної продукції\*

Tabl. 2. Price of culinary products\*

Продукція	Ціна, грн/продукція	Витрати сировини	
		грн/продукція	у %
Гриль-сендвічі (паніні) з овочевими наповнювачами:			
Бутерброд овочевий із сиром фета	74,00	20,34	27,5
Бутерброд «Грибний»	84,20	16,84	20,0
Гриль-сендвічі (паніні) з м'ясними наповнювачами:			
Роттердамські скибочки	65,00	17,28	26,6
Бутерброд із беконом, арахісом й авокадо	70,00	18,52	26,5
Бутерброд із сиром брі й шинкою	82,00	22,37	27,3
Італійський бутерброд із беконом	78,00	21,42	27,5
Бутерброд із копченою куркою	62,00	16,90	27,3

\* Прогнозні значення

Джерело: власна розробка

Source: own elaboration



Фінансові результати й період окупності проекту розраховано для різних варіантів розвитку подій – оптимістичного, песимістичного та поміркованого. Визначено, що період окупності за проектом становитиме 10...16 місяців, що відповідає періоду окупності франшиз у сегменті фаст-фуду (табл. 3).

Табл. 3. Період окупності\*  
Tabl. 3. Payback period\*

Показник	Одиниця вимірювання	Сценарій		
		песимістичний	поміркований	оптимістичний
Інвестиції	Тис. грн	850,0	850,0	850,0
Прибуток	Тис. грн/місяць	41,1	52,2	74,3
Амортизація	Тис. грн/місяць	13,7	13,7	13,7
Період окупності	Місяць	16	13	10

\* Прогнозні значення

Джерело: власна розробка  
Source: own elaboration

Щодо адаптації, то впровадження розробленої технології у практику діяльності пов'язане з ресурсним забезпеченням виробництва продукції та навчанням персоналу. Узагальнивши результати розрахунків, зроблено висновок про доцільність комерціалізації розробленої технології.

### Висновки та обговорення результатів

Напрямок street food розглянуто як один із сучасних популярних форматів закладів ресторанної індустрії. Зазначено, що частка цього сегмента на ринку постійно збільшується, що спонукає виробників до розширення асортименту зазначеної групи продукції з метою збільшення кількості споживачів. Результатом дослідження є обґрунтування бізнес-ідеї розроблення та реалізації проекту «Вулична їжа». У рамках проекту розроблено асортимент гриль-сендвічів (паніні) з використанням овочевої та м'ясної сировини для мобільних точок харчування (фудтраків).

Запропоновано оцінювати доцільність комерціалізації інноваційної технології на різних стадіях її впровадження, урахувуючи показники економічної ефективності. Якщо технологія впроваджується як окремий бізнес-напрямок, для оцінювання доцільності її комерціалізації рекомендовано застосувати показники ефективності виробництва продукції та використання інвестицій; якщо технологія впроваджується в діюче виробництво – показники ефективності виробництва продукції, використання інвестицій і адаптації технології в умовах конкретного виробництва.

## СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ

- Методики з комерціалізації ОІВ. (б.д.). Управління патентно-інформаційних послуг Державного підприємства «Український інститут інтелектуальної власності». <http://iii.ua/uk/metodiki-z-komercializaciyi-oiiv>
- Омельяненко, В. А. (2012). Методичні основи оцінки потенціалу трансферу технологій. В О. О. Непочатенко (Ред.), *Становлення економіки України у післякризовий період: ризики та проблеми розвитку* (Ч. 1). Сочінський. <https://bit.ly/3QIYzuZ>
- Полстяна, Н. В., & Кононенко, Т. П. (2020, 24 листопада). Інноваційні зміни у ресторанному бізнесі в умовах пандемії коронавірусу. В *Новації в технології та обладнанні готельно-ресторанних, харчових і переробних виробництв* [Матеріали конференції] (с. 272–274). Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного.
- Постова, В. (2022, 6 жовтня). Особливості функціонування закладів ресторанного господарства формату «Fast food». В *Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності* [Матеріали конференції] (с. 358–360). Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського.
- Центральна виробничо-технологічна лабораторія Укрхлібпрому. (2006, 15 серпня). *Система розроблення і поставлення продукції на виробництво. Хліб та хлібобулочні вироби* (ДСТУ 4582:2006). Держспоживстандарт України
- Яценко, К. І. (2020, 26–27 березня). Інновації в діяльності підприємств ресторанного господарства. В *Актуальні питання економічного розвитку в сучасних умовах* [Матеріали конференції] (с. 298–301). Вишемирський В. С.
- Alfiero, S., Lo Giudice, A., & Bonadonna, A. (2017). Street food and innovation: the food truck phenomenon. *British Food Journal*, 119(11), 2462–2476. <https://doi.org/10.1108/BFJ-03-2017-0179>
- Blanco-Gutiérrez, I., Varela-Ortega, C., & Manners, R. (2020). Evaluating animal-based foods and plant-based alternatives using multi-criteria and SWOT analyses. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(21), Article 7969. <https://doi.org/10.3390%2Fijerph17217969>
- Bouafou, K. G. M., Beugré, G. F. C., & Amani, Y. C. (2021). Street food around the world: A review of the literature. *Journal of Service Science and Management*, 14(6), 557–575. <https://doi.org/10.4236/jssm.2021.146035>
- Bulkan, G., Ferreira, J. A., Rajendran, K., & Taherzadeh, M. J. (2020). Techno-economic analysis of bioethanol plant by-product valorization: Exploring market opportunities with protein-rich fungal biomass production. *Fermentation*, 6(4), Article 99. <https://doi.org/10.3390/fermentation6040099>
- Fahlevi, M., Zuhri, S., Parashakti, R. D., & Ekhsan, M. (2019). Leadership styles of food truck businesses. *Journal of Research in Business, Economics and Management*, 13(2), 2437–2442.
- Florek, M., & Gazda, J. (2021). Traditional food products – between place marketing, economic importance and sustainable development. *Sustainability*, 13(3), Article 1277. <https://doi.org/10.3390/su13031277>
- Kowalczyk, A., & Kubal-Czerwińska, M. (2020). Street food and food trucks: Old and new trends in urban gastronomy. In A. Kowalczyk & M. Derek (Eds.), *Gastronomy and Urban Space* (pp. 309–327). Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-34492-4\\_17](https://doi.org/10.1007/978-3-030-34492-4_17)
- Menon, A., Stojceska, V., & Tassou, S. A. (2020). A systematic review on the recent advances of the energy efficiency improvements in non-conventional food drying technologies. *Trends in Food Science & Technology*, 100, 67–76. <https://doi.org/10.1016/j.tifs.2020.03.014>
- Okumus, B., & Sonmez, S. (2019). An analysis on current food regulations for and inspection challenges of street food: Case of Florida. *Journal of Culinary Science & Technology*, 17(3), 209–223. <https://doi.org/10.1080/15428052.2018.1428707>

Sgroi, F., Modica, F., & Fusté-Forné, F. (2022). Street food in Palermo: Traditions and market perspectives. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 27, Article 100482. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2022.100482>

## REFERENCES

---

- Alfiero, S., Lo Giudice, A., & Bonadonna, A. (2017). Street food and innovation: the food truck phenomenon. *British Food Journal*, 119(11), 2462–2476. <https://doi.org/10.1108/BFJ-03-2017-0179> [in English].
- Blanco-Gutiérrez, I., Varela-Ortega, C., & Manners, R. (2020). Evaluating animal-based foods and plant-based alternatives using multi-criteria and SWOT analyses. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(21), Article 7969. <https://doi.org/10.3390%2Fijerph17217969> [in English].
- Bouafou, K. G. M., Beugré, G. F. C., & Amani, Y. C. (2021). Street food around the world: A review of the literature. *Journal of Service Science and Management*, 14(6), 557–575. <https://doi.org/10.4236/jssm.2021.146035> [in English].
- Bulkan, G., Ferreira, J. A., Rajendran, K., & Taherzadeh, M. J. (2020). Techno-economic analysis of bioethanol plant by-product valorization: Exploring market opportunities with protein-rich fungal biomass production. *Fermentation*, 6(4), Article 99. <https://doi.org/10.3390/fermentation6040099> [in English].
- Fahlevi, M., Zuhri, S., Parashakti, R. D., & Ekhsan, M. (2019). Leadership styles of food truck businesses. *Journal of Research in Business, Economics and Management*, 13(2), 2437–2442 [in English].
- Florek, M., & Gazda, J. (2021). Traditional food products – between place marketing, economic importance and sustainable development. *Sustainability*, 13(3), Article 1277. <https://doi.org/10.3390/su13031277> [in English].
- Kowalczyk, A., & Kubal-Czerwińska, M. (2020). Street food and food trucks: Old and new trends in urban gastronomy. In A. Kowalczyk & M. Derek (Eds.), *Gastronomy and Urban Space* (pp. 309–327). Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-34492-4\\_17](https://doi.org/10.1007/978-3-030-34492-4_17) [in English].
- Menon, A., Stojceska, V., & Tassou, S. A. (2020). A systematic review on the recent advances of the energy efficiency improvements in non-conventional food drying technologies. *Trends in Food Science & Technology*, 100, 67–76. <https://doi.org/10.1016/j.tifs.2020.03.014> [in English].
- Metodyky z komertsializatsii OIV* [Methods of commercialization of OIP]. (n.d.). Department of Patent Information Services of The State Enterprise "Ukrainian Intellectual Property Institute". <http://iii.ua/uk/metodiki-z-komercializaciyi-oiv> [in Ukrainian].
- Okumus, B., & Sonmez, S. (2019). An analysis on current food regulations for and inspection challenges of street food: Case of Florida. *Journal of Culinary Science & Technology*, 17(3), 209–223. <https://doi.org/10.1080/15428052.2018.1428707> [in English].
- Omelianenko, V. A. (2012). *Metodychni osnovy otsinky potentsialu transferu tekhnolohii* [Methodological framework for assessing technology transfer potential]. In O. O. Nepochatenko (Ed.), *Stanovlennia ekonomiky Ukrainy u pisliaakryzovyi period: ryzyky ta problemy rozvytku* [Formation of the economy of Ukraine in the post-crisis period: risks and problems of development] (Pt. 1). Sochynskyi. <https://bit.ly/3QYzuZ> [in Ukrainian].
- Polstiana, N. V., & Kononenko, T. P. (2020, November 24). *Innovatsiini zminy u restorannomu biznesi v umovakh pandemii koronavirusu* [Innovative changes in the restaurant business in the context of the coronavirus pandemic]. In *Novatsii v tekhnolohii ta obladnanni hotelno-restorannykh, kharchovykh i pererobnykh vyrobnytstv* [Innovation in technology and equipment of hotel and restaurant, food and processing industries] [Conference pro-

- ceedings] (pp. 272–274). Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University [in Ukrainian].
- Postova, V. (2022, October 6). Osoblyvosti funktsionuvannia zakladiv restorannoho hospodarstva formatu "Fast food" [Features of the functioning of restaurant establishments of the "Fast food" format]. In *Suchasni tendentsii rozvytku industrii hostynnosti* [Modern trends in the development of the hospitality industry] [Conference proceedings] (pp. 358–360). Lviv State University of Physical Culture Named After Ivan Boberskyi [in Ukrainian].
- Sgroi, F., Modica, F., & Fusté-Forné, F. (2022). Street food in Palermo: Traditions and market perspectives. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 27, Article 100482. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2022.100482> [in English].
- Tsentralna vyrobnycho-tekhnolohichna laboratoriia Ukrkhlipromu. (2006, August 15). *Systema rozroblennia i postavlennia produktsii na vyrobnytstvo. Khlib ta khlibobulochni vyroby* [System of products development and launching into manufacture. Bread and bakery products] (DSTU 4582:2006). Derzhspozhyvstandart Ukrainy [in Ukrainian].
- Yashchenko, K. I. (2020, March 26–27). Innovatsii v diialnosti pidpriemstv restorannoho hospodarstva [Innovations in the activities of restaurant enterprises]. In *Aktualni pytannia ekonomichnoho rozvytku v suchasnykh umovakh* [Topical issues of economic development in modern conditions] [Conference proceedings] (pp. 298–301). Vyshemyrskyi V. S. [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 23.09.2023

UDC 642.59:640.433]:005.8

**Maryna Kolesnikova,**  
*PhD in Technical Sciences,  
State Biotechnology University,  
Kharkiv, Ukraine,  
Marynakolesnikova@gmail.com  
<https://orcid.org/0000-0002-6223-7105>*

**Vadym Reznikov,**  
*Master's degree Student,  
State Biotechnology University,  
Kharkiv, Ukraine,  
kontiargentina@gmail.com*

**Olena Kruglova,**  
*PhD in Economic Sciences,  
State Biotechnology University,  
Kharkiv, Ukraine  
ekruglova767@gmail.com  
<https://orcid.org/0000-0002-9405-8312>*

**Svitlana Iurchenko,**  
*PhD in Technical Sciences,  
State Biotechnology University,  
Kharkiv, Ukraine,  
sluyrchenko@gmail.com  
<https://orcid.org/0000-0003-1286-081X>*

## REASONING OF THE BUSINESS IDEA FOR THE DEVELOPMENT AND IMPLEMENTATION OF THE PROJECT “STREET FOOD”

**Topicality.** Street food is one of popular segments of modern restaurant industry establishments, which has become widespread in big cities and towns, especially in the places where the business environment is highly developed. Street food is the most affordable source of nutrients for people to eat outside. It is an optimal decision, especially popular among young people, especially students and pupils. It is network street food that offers them guaranteed quality nutrition. The development of methodology and implementation of the “Technology as Business” model on the example of the introduction of grilled sandwich (panini) technology for food trucks will allow the business idea of the project “Street Food” to be realized. **The aim of the article** is to ground the business idea of developing and selling street food products for mobile food outlets using the example of grilled sandwiches (panini). **Research methods** of the technological component are analytical and standard. To substantiate the feasibility of commercializing innovative technology in the early stages, the methods of critical analysis and generalization of information from scientific publications on the assessment of the commercialization of intellectual property, the effectiveness of business projects were used. **Results.** The expediency of developing and implementing sandwich products on the example of grilled sandwich (panini) technology for the street food format was proved. The development of the recipe composition and technological process of production allowed to develop an assortment of grilled sandwiches (panini), identify competitive advantages and evaluate the development by aggregate indicators in accordance with the model “Technology as Business”. The rationality of commercializing the innovative technology at the early stages of its implementation is substantiated, taking into account the indicators of eco-

conomic efficiency of production, use of investments, and adaptation of technology in conditions of a particular production. **Conclusions and discussion.** The article presented the business idea grounding of the project “Street Food” development and implementation on the example of the introduction of grilled sandwich (panini) technology for mobile food outlets (food trucks). The expediency of commercializing innovative technology in the early stages of its implementation in terms of economic efficiency was established.

**Keywords:** grilled sandwiches (panini), street food, food trucks.