

Скоробагатий Артем Ігорович

аспірант,

Навчально-науковий інститут бізнесу, економіки та менеджменту

Сумського державного університету

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-439-2-49>

МОДЕЛІ ТА МЕТОДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ КОРПОРАТИВНОГО СЕКТОРУ

В умовах глобальної конкуренції та швидких технологічних змін корпоративний сектор стикається з необхідністю впроваджувати ефективні стратегії для збереження і зміцнення конкурентних переваг. Традиційні підходи вже не завжди здатні забезпечити стійкість на ринку; це вимагає від компаній адаптивності та інноваційності. Зокрема, одним з найсучасніших і найбільш ефективних методів є інновація бізнес-моделі. Вона передбачає зміни як у ціннісній пропозиції, так і в процесах її створення та доставки, що дозволяє компаніям адаптуватися до нових умов ринку та знаходити нові джерела прибутку [1]. Відомі Українські компанії, такі як Rozetka та Нова Пошта, демонструють, що регулярне оновлення та розширення ціннісної пропозиції є ключем до довготривалої конкурентної переваги та лідерства на ринку.

Інноваційна бізнес-модель дозволила компаніям, таким як Rozetka та Нова Пошта, досягти значної конкурентоспроможності завдяки специфічним методам, які забезпечують їм лідерські позиції на ринку.

Rozetka є лідером українського ринку електронної комерції та активно використовує інноваційну бізнес-модель, що включає комплексний підхід до обслуговування клієнтів. Основні методи, які сприяють успіху компанії, включають:

1. Омніканальність та клієнтоорієнтованість: Rozetka надає можливість клієнтам здійснювати покупки як онлайн, так і через мережу фірмових точок самовивозу. Це підвищує зручність та

задоволення клієнтів, сприяє лояльності та розширює охоплення різних груп споживачів.

2. Автоматизація та ефективна логістика: Компанія активно інвестує в автоматизацію процесів обробки та доставлення замовлень. Завдяки співпраці з логістичними партнерами та впровадженню сучасних складських технологій Rozetka забезпечує швидкість і точність доставок, що підвищує конкурентоспроможність на ринку.

3. Розширення асортименту та партнерських відносин: Розширення асортименту товарів через партнерства з локальними виробниками та постачальниками дозволяє компанії запропонувати широкий вибір продукції, що залучає додаткових клієнтів та підвищує рівень продажів.

Нова Пошта є лідером у сфері логістики в Україні та показує високий рівень конкурентоспроможності завдяки інноваційному підходу до обслуговування клієнтів і розвитку інфраструктури. Основні методи, що сприяють конкурентоспроможності компанії, включають:

1. Інвестиції в цифрові рішення: Нова Пошта активно використовує цифрові платформи для оптимізації процесів обробки та доставлення посилок. Використання мобільного застосунку та відстеження посилок в реальному часі спрощує процес для клієнтів і підвищує рівень їх задоволеності.

2. Мережеве розширення та доступність: Компанія постійно розширює мережу відділень, зокрема в сільських районах, що підвищує її охоплення та забезпечує зручність обслуговування клієнтів по всій країні.

3. Фокус на швидкості та якості обслуговування: Завдяки інноваціям в логістичних процесах та використанню сучасних технологій автоматизації Нова Пошта може здійснювати доставку у стислі терміни, що є значною конкурентною перевагою [2].

Таким чином, інноваційні бізнес-моделі Rozetka та Нова Пошта сприяють їхній конкурентоспроможності через орієнтацію на клієнтів, автоматизацію процесів та ефективну логістику. Ці компанії створюють нові стандарти обслуговування на

Українському ринку, зміцнюючи свої позиції завдяки інноваціям та адаптації до змін.

Застосування інноваційної бізнес-моделі в корпоративному секторі є ефективним методом забезпечення конкурентоспроможності. Використання таких підходів дозволяє підприємствам не лише зберегти свої позиції на ринку, але й забезпечити стабільне зростання. Впровадження інноваційних рішень, орієнтованих на адаптацію до потреб ринку, відкриває нові можливості для розвитку корпоративного сектору і забезпечує стабільність у довгостроковій перспективі. Це підходить як для великих, так і середніх компаній, які хочуть ефективно реагувати на ринкові виклики.

Список використаної літератури:

1. Іпполітова, І. Перспективи розвитку електронної торгівлі в Україні в умовах цифровізації економіки. *Економіка та суспільство*. 2023. No. (47). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-47-18>

2. Стендер, С., Булкот, О., Ястремська, О., Саєнко, В., Перегуда, Ю. Цифрова трансформація національної економіки України: виклики та можливості. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*. 2024. No. 2(55). DOI: <https://doi.org/10.55643/fcaptop.2.55.2024.4328>