

ENTREPRENEURSHIP, TRADE AND EXCHANGE ACTIVITIES

Alina Berher, Candidate of Economics, Associate Professor
National University of Food Technology
Kyiv, Ukraine

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-529-7-55>

INNOVATIVE STRATEGIES OF TRADING ENTERPRISES

ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У процесі вибору стратегій для бізнесу, орієнтованого на інновації, важливо зосередитися на оптимальній стратегії, що відповідає поточним потребам торговельного підприємства. При її реалізації та регулярному перегляді необхідно встановлювати стандарти, які слугуватимуть орієнтиром для досягнення цілей.

Інновації є ключовим двигуном успіху для торговельних підприємств. Вони не лише сприяють вдосконаленню існуючих процесів і послуг, але й допомагають створювати нові рішення, що забезпечують конкурентну перевагу. Завдяки інноваціям підприємства можуть адаптуватися до змін ринку, розширювати клієнтську базу та зміцнювати свою позицію у динамічному середовищі.

Інноваційні стратегії розвитку спрямовані на забезпечення конкурентної переваги та стійкого зростання бізнесу в умовах постійної конкуренції. Інноваційна стратегія належить до функціональних стратегій, що впливають на окремі напрями діяльності підприємства. Для агресивно орієнтованих на інновації підприємств ця стратегія може стати основою їхньої корпоративної стратегії, визначаючи ключові пріоритети та напрямки розвитку [4].

Інноваційні стратегії торговельних підприємств повинні враховувати: інноваційну діяльність організації, яка спрямована на одержання нових продуктів, послуг і технологій; настанови маркетингу й управління; перехід до нових організаційних структур; застосування нових видів ресурсів і удосконалення підходів до використання традиційних ресурсів [2].

Розрізняють найпоширеніші види інноваційних стратегій підприємства: традиційна, імітаційна, залежна, опортуністська, оборонна, наступальна [1-6]:

1. *Традиційна стратегія*: орієнтується на вдосконалення вже існуючих продуктів і послуг без кардинальних змін.

2. *Імітаційна стратегія*: передбачає копіювання успішних інновацій інших компаній.

3. *Залежна стратегія*: базується на впровадженні інновацій, що залежать від рішень або технологій партнерів чи провідних компаній.

4. *Опортуністська стратегія*: фокусується на використанні нових несподіваних можливостей на ринку.

5. *Оборонна стратегія*: спеціалізується на захисті своїх позицій на ринку від конкуренції шляхом інноваційних рішень.

6. *Наступальна стратегія*: активно шукає нові ринкові можливості та прагне випередити конкурентів через впровадження радикальних інновацій.

Інноваційна стратегія підприємства є чітко спланованою системою дій, спрямованою на реалізацію місії підприємства та досягнення його довгострокових цілей. Вона створює передумови для ефективного впровадження різноманітних інновацій, що забезпечують зростання та конкурентоспроможність організації. Ця стратегія передбачає адаптацію до зовнішнього та внутрішнього середовища, враховуючи реальні умови функціонування підприємства. Основою її успішної реалізації є ефективне накопичення, розподіл і раціональне використання ресурсів, а також оптимізація всіх процесів, пов'язаних з діяльністю підприємства.

На жаль, універсальної та ефективної для торговельних підприємств моделі інноваційної стратегії не існує. Вибір стратегії залежить від різноманітних виробничих, технічних, фінансових, ринкових, соціальних, культурних та інших факторів.

Інноваційні стратегії торговельних підприємств є ключовим елементом забезпечення їхньої конкурентоспроможності та адаптації до умов динамічного ринку. Вони спрямовані на вдосконалення існуючих процесів, розробку нових послуг, методів обслуговування та створення додаткової цінності для клієнтів. На нашу думку, основними типами інноваційних стратегій, які можуть використовувати торговельні підприємства, є [7]:

1. *Стратегія продуктово-товарних інновацій*, яка передбачає впровадження нових продуктів або вдосконалення існуючих, розширення асортименту, запуск ексклюзивних брендів чи нових товарних категорій, орієнтована на задоволення нових потреб споживачів.

2. *Стратегія технологічних інновацій*, яка передбачає запровадження сучасних технологій, таких як штучний інтелект, автоматизація, CRM-системи, блокчейн або Big Data, удосконалення логістичних процесів (автоматизовані склади, прогнозування попиту), використання

інновацій у маркетингу, наприклад, персоналізована реклама чи цифровий клієнтський досвід.

3. *Стратегія сервісних інновацій*, що спрямована на покращення обслуговування клієнтів: введення нових способів доставки (швидко, безконтактна), самостійного обслуговування через мобільні додатки, запровадження програм лояльності, кастомізація пропозицій під потреби клієнтів.

4. *Організаційно-управлінські інновації* на підставі оптимізації внутрішніх процесів підприємства через реорганізацію структур, автоматизацію бізнес-процесів, використання сучасних форм управління, таких як гнучке управління (agile) чи кросфункціональні команди, розвиток корпоративної культури, спрямованої на інновації.

5. *Маркетингові інновації*, які *передбачають* використання нових підходів у комунікації з клієнтами (соціальні мережі або відеомаркетинг), відкриття нових форматів магазинів (pop-up магазини), інноваційні способи просування товарів (використання доповненої реальності (AR), відеооглядів).

6. *Екологічні інновації*, які *спрямовані на* запровадження екологічно чистих продуктів та пакування, врахування практик сталого розвитку (економія енергоресурсів, мінімізація відходів), підтримка соціальних проєктів для зміцнення бренду.

7. *Модель цифрової трансформації*, на основі інтеграції онлайн-і офлайн-каналів продажів (омніканальність), розвитку електронної комерції та мобільних платформ, використання чат-ботів, аналітики поведінки клієнтів.

Таким чином інноваційні стратегії сприяють стійкому зростанню, зміцненню позицій підприємства на ринку та підвищенню його прибутковості. Торговельні підприємства, які успішно реалізують ці стратегії, не лише задовольняють сучасні потреби клієнтів, але й створюють тренди, визначаючи майбутнє галузі.

Література:

1. Бельтюков Є., Ткачук Т. Теоретичні основи формування стратегії інноваційного розвитку промислового підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки*. 2020. № 4. С. 62-74. DOI: <https://www.doi.org/10.31891/2307-5740-2020-284-4-6>

2. Глуха Г.Я. Сучасний підхід до побудови інноваційної стратегії на підприємстві. *Академічний огляд*. 2018. № 2 (49). С. 62-74. DOI: <https://doi.org/10.32342/2074-5354-2018-2-49-6>

3. Далик В.П., Чорний Б.І., Гарасим Л.С., Каспрук С.І., Фар'ян В.О., Ванькович Л.Я. Інноваційні стратегії підприємств. *Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки"*. 2023. № 11. DOI: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2023-11-9188>

4. Мельник Ю.М. Інноваційна стратегія підприємства як джерело його конкурентних переваг. *Економіка харчової промисловості*. 2015. Том 7. Випуск 4. С. 67-71.
5. Носань Н. Інноваційні маркетингові стратегії сучасного українського підприємства. *Економіка та суспільство*. 2024. № 59. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-106>
6. Орлова Н., Винник Т., Побігун С. Інноваційні стратегії розвитку бізнесу в умовах кризи: аналіз і практична реалізація в Україні. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 56. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-56-75>
7. Харук М. Б. Інноваційні стратегії розвитку торговельних підприємств. *Львівська комерційна академія*. 2009. URL: https://vlp.com.ua/files/61_2.pdf