

включає стратегічне планування, оптимізацію логістики, автоматизацію обліку та фінансове управління. Реалізація цих заходів дозволить торговельним підприємствам зберегти стійкість, адаптуватися до кризових умов та продовжувати успішну діяльність.

Список використаних джерел:

1. Мазур Н.А., Семенець І.В., Лопашук І.А. Економіка торговельного підприємства: навч. посібник. Чернівці: Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2020. 192 с.
2. Ромашенко О.С. Управління товарними запасами підприємств торгівлі: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Харків, 2016. 22 с.

Длугопольський Д. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ДРАЙВЕР УСПІХУ ПІДПРИЄМСТВА В ТУРБУЛЕНТНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Сучасний розвиток малого бізнесу неможливий без активного використання інформаційних технологій (ІТ). Вони забезпечують автоматизацію процесів, підвищення продуктивності, зниження витрат і покращення комунікацій з клієнтами та партнерами [1]. Впровадження цифрових технологій дозволяє підвищити конкурентоспроможність підприємства та забезпечити стабільне зростання в умовах глобалізації економіки. Завдяки цьому малий бізнес може не лише покращити якість своїх послуг, а й значно розширити ринки збуту.

Сучасні економічні умови характеризуються високим рівнем турбулентності: коливання валютних курсів, політична нестабільність, глобальні кризи, воєнні дії, стрімкий технологічний прогрес тощо. Усе це суттєво впливає на функціонування підприємств, особливо малого та середнього бізнесу, створюючи нові виклики для збереження їхньої конкурентоспроможності [1]. У таких умовах підприємствам необхідно не лише пристосовуватися до змін, але й проактивно формувати стратегії виживання та розвитку.

Серед найбільш поширених інформаційних технологій у малому бізнесі можна виділити:

1. Хмарні сервіси, що дозволяють зберігати та обробляти дані без необхідності використання дорогого обладнання, що значно зменшує витрати на підтримку інфраструктури [5].

2. Big Data та аналітика, що допомагають приймати більш обґрунтовані рішення на основі аналізу великих обсягів інформації, що сприяє покращенню стратегічного планування [6].

3. Онлайн-маркетинг – соціальні мережі, таргетована реклама та SEO-інструменти сприяють залученню клієнтів та підвищенню продажів [8].

В умовах нестабільності особливого значення набуває організаційна культура, що підтримує зміни та інновації. Важливо, щоб працівники були залучені до трансформаційних процесів, а керівництво демонструвало відкритість до нових ідей. Гнучке управління – це здатність швидко змінювати структури, процеси, підходи до прийняття рішень залежно від ситуації [5].

Шляхи підвищення ефективності малого бізнесу через інформаційні технології. Інформаційні технології дозволяють:

- 1) збирати та аналізувати дані в режимі реального часу;
- 2) автоматизувати виробництво та обслуговування клієнтів;
- 3) підвищити ефективність логістичних і фінансових процесів;
- 4) створювати цифрові канали продажу (e-commerce) [1].

Впровадження інформаційних технологій є ключовим фактором підвищення ефективності діяльності суб'єктів малого бізнесу. Вони дозволяють зменшити витрати, оптимізувати бізнес-процеси, розширити ринок збуту та збільшити конкурентоспроможність підприємств. Однак успішність цифрової трансформації залежить від фінансових ресурсів, кваліфікації персоналу та готовності підприємців адаптуватися до нових умов ринку. Використання новітніх технологій сприяє розвитку малого бізнесу, робить його більш стійким до економічних змін та створює нові можливості для масштабування.

Список використаних джерел:

1. Савицька Г.В. Економіка підприємства. Київ: Наука, 2020. 312 с
2. Портер М. Конкурентна стратегія: методи аналізу галузей і конкурентів. Київ: Основи, 2018. 416 с.
3. Котлер Ф., Келлер К. Маркетинг менеджмент. Київ: Вільямс, 2019. 800 с.
4. Дикань О.В. Інновації у підприємстві: сучасні підходи. Харків: Факт, 2022. 248 с.
5. Міщенко С.М. Управління в умовах невизначеності. Львів: Світ, 2021. 205 с.

6. Яковенко В.С., Гаркуша В.Ю. Тенденції розвитку ринку генерації сонячної енергетики України. *Бізнес-Інформ.* 2021. № 4. С. 114–119. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-4-114-119>.
7. Яковенко В.С., Казеян Н.К. Соціальна інженерія в Інтернет просторі. *Інформаційні технології та моделювання економічних процесів*. 2016. Вип. III-IV(63-64). С. 119–126.
8. Яковенко В.С., Кучеренко С.К. Методичні аспекти оцінювання туристичної інфраструктури України. *Бізнес Інформ.* 2022. № 6. С. 151–157.
9. Яковенко В.С. Стартап-підприємництво як прояв креативної економіки. Актуальні аспекти розвитку суб'єктів підприємництва в умовах глобальної економіки: колект. моногр. за заг. ред. Т.В. Гринько. Дніпро: Біла К.О., 2021. С. 225–237.
10. Яковенко В.С. Новітні можливості та форми організації бізнесу у циркулярній економіці. Т.Гринько (Ред.), Підприємництво: сучасні виклики, тренди та трансформації. Дніпро: Біла К.О., 2023. С. 88–120.

Жеванова Є. С., Гордєєва-Герасимова Л. Ю.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ПІДПРИЄМНИЦТВО В УМОВАХ КРИЗИ:

АДАПТАЦІЯ ТА ВИЖИВАННЯ

Сучасний світ усе частіше стикається з кризовими явищами, що суттєво впливають на всі сфери економіки, зокрема на підприємницьку діяльність. Економічні спади, фінансові нестабільності, політичні конфлікти, пандемії та воєнні дії створюють нові виклики для бізнесу, змушуючи підприємців шукати ефективні стратегії адаптації та виживання. Умови кризи вимагають від бізнесу високого рівня гнучкості, здатності до швидкого прийняття рішень, оптимізації ресурсів та впровадження інноваційних підходів. Виживання підприємств у кризових умовах значною мірою залежить від їхньої здатності змінювати бізнес-моделі, скорочувати витрати, оптимізувати процеси, шукати нові джерела фінансування та адаптуватися до змін у поведінці споживачів. Окрім цього, важливими факторами є психологічна стійкість керівників, стратегічне планування та використання антикризових управлінських інструментів.

Підприємницька криза – це ситуація, коли діяльність підприємства стикається з серйозними загрозами, що можуть призвести до втрати прибутковості, зменшення конкурентоспроможності або навіть банкрутства. Така криза може виникати під впливом внутрішніх і зовнішніх факторів, що суттєво ускладнюють ведення бізнесу, створюючи необхідність для підприємства оперативно адаптуватися до нових умов [2].