

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., Кучеренко С. К. Методичні аспекти оцінювання туристичної інфраструктури України. *Бізнес Інформ*, 2022. № 6. С. 151-157.
8. 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.
9. Яковенко В. С. Використання засобів штучного інтелекту у логістичних системах дистриб'юторських компаній / за ред. Ю.Г. Лисенка. 2010. С. 118.
10. 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.

Палаш Ю. О., канд. екон. наук Яковенко В. С.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТОРГІВЕЛЬНИХ МЕРЕЖ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ РЕЦЕСІЇ

Сучасний роздрібний сектор функціонує в умовах постійної невизначеності, де зовнішні економічні, соціальні та геополітичні фактори суттєво впливають на поведінку споживачів і бізнес-процеси компаній. У такому середовищі особливого значення набуває здатність підприємств не лише реагувати на зміни, а й передбачати їх, формуючи проактивні стратегії розвитку. Ефективне управління ресурсами, впровадження інноваційних підходів і гнучкість у прийнятті рішень стають ключовими передумовами для збереження конкурентоспроможності та довгострокового успіху торговельних мереж [5].

Під час економічного спаду торговельні мережі змушені швидко перебудувати свою діяльність: зміцнювати фінансову стабільність, оптимізувати пропозицію та інвестувати у довготривалу стійкість бізнесу. Досвід показує, що найбільш витривалі ритейлери заздалегідь скорочують зайві витрати й формують фінансовий резерв, який дозволяє підтримувати розвиток навіть у складні періоди, паралельно посилюючи маркетингову активність і розширюючи присутність на різних ринках [4].

Важливою складовою є також адаптація асортименту та цінової політики, адже компанії, які своєчасно переглядають товарну пропозицію, структуру цін

і принципи викладки, здатні утримувати обсяги продажів і залучати нових клієнтів, діючи в умовах підвищеної гнучкості ланцюгів постачання, активної цифровізації та орієнтації на формування лояльності споживачів. У короткостроковій перспективі, мережі, насамперед, зосереджуються на контролі витрат і збереженні прибутковості, скорочуючи операційні витрати для вивільнення ресурсів, які можна спрямувати на розвиток, що в підсумку дозволяє більшості таких компаній перевищувати докризові фінансові показники. Водночас вони не відмовляються від інвестицій у персонал і сервіс, надаючи перевагу підвищенню кваліфікації працівників і гнучкому управлінню їх зайнятістю, замість масових скорочень.

Ланцюги постачання в умовах кризи також трансформуються, оскільки традиційні підходи без запасів стають ризикованими, тому компанії створюють буферні запаси, розширюють коло постачальників, зокрема локальних, і впроваджують технологічні рішення для вдосконалення логістики, що разом із швидким ухваленням рішень і координацією між підрозділами дозволяє оперативно реагувати на перебої та мінімізувати втрати. Зміни у споживчій поведінці змушують ритейлерів переглядати асортимент і ціни, зосереджуючись на товарах першої необхідності, скорочуючи малопопулярні позиції та спрямовуючи ресурси на найбільш прибуткові категорії, одночасно застосовуючи гнучкі підходи до ціноутворення, включно з короткостроковими знижками на популярні товари та формуванням багаторівневих цінових стратегій у довгостроковій перспективі [2].

Водночас цифрова трансформація та розвиток омніканальних рішень залишаються ключовими напрямками, оскільки компанії з розвиненими онлайн-каналами та інтегрованими сервісами мають вищу конкурентоспроможність і здатність швидко адаптуватися до змін [3]. Вони активно впроваджують нові формати обслуговування, розширюють географію доставки та використовують аналітичні й інтелектуальні технології для кращого розуміння поведінки клієнтів і підвищення ефективності продажів [1]. Не менш важливим є утримання клієнтів і зміцнення їх лояльності, що досягається через системний аналіз потреб аудиторії, її сегментацію та впровадження персоналізованих пропозицій у різних каналах, завдяки чому компанії зменшують неефективні маркетингові витрати та водночас підвищують конверсію і загальні обсяги продажів.

Отже, ефективне функціонування торговельних мереж у складних економічних умовах залежить від їхньої здатності швидко адаптуватися, раціонально управляти ресурсами, впроваджувати технологічні рішення та зберігати орієнтацію на потреби клієнтів, що в сукупності забезпечує не лише стабільність у кризовий період, а й формує основу для подальшого розвитку.

Список використаних джерел:

1. Зайцева Н. В., Яковенко В. С. Консолідація даних у бізнес-аналізі діяльності підприємств. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. Випуск № 8. С. 1222-1228. URL: <http://global-national.in.ua/issue-8-2015>.
2. Козікова А. С., Пічугіна М. А. Управління ризиками та стійкість ланцюгів поставок у кризові період. Міжнародна науково-практична конференція «Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи». URL: <https://confmanagement-proc.kpi.ua/article/view/303952>.
3. Тренди рітейлу 2022. End-To-End Retail & Wholesale Digital Transformation > Consulting for Retail. URL: <https://www.c4r.eu/ukr/blog/trendy-riteyla/trendy-riteyla-2022/>.
4. 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.
5. Яковенко В. С., Ткаліч Д. К. Особливості механізму управління інноваційними процесами підприємства. *Бізнес Інформ*. 2022. № 12. С.93-98. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-12-93-98>.

Потап М. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

МЕХАНІЗМИ АДАПТАЦІЇ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ РИНКОВОЇ ТУРБУЛЕНТНОСТІ

В умовах глобальних викликів, воєнних дій та дефіциту ресурсів, стратегічне управління інвестиційною привабливістю стає визначальним фактором життєздатності бізнесу. Адаптивна інвестиційна політика в періоди високої турбулентності не лише забезпечує стабільність, а й формує базу для майбутнього розвитку.

Сама по собі інвестиційна привабливість є результатом комплексної оцінки фінансового та організаційного потенціалу підприємства, що визначає його здатність ефективно оперувати залученим капіталом [1]. На цей показник