

**Список використаних джерел:**

1. Стратегія демографічного розвитку України на період до 2040 року. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-skhvalennia-stratehii-demohrafichnoho-rozvytku-ukrainy-na-period-do-2040-roku-922r-300924>.
2. Демографічна криза в Україні: оцінки Інституту демографії та варіанти вирішення проблем. URL: <https://unn.ua/news/demohrafichna-kryza-v-ukraini-otsinky-instytutu-demohrafii-ta-varianty-vyrishennia-problem>.
3. IMF World Economic Outlook. <https://www.imf.org/en/publications/weo/issues/2025/10/14/world-economic-outlook-october-2025>.
4. International Labour Organization Statistics on labour productivity. URL: <https://ilostat.ilo.org/topics/labour-productivity/#data-catalogue>.
5. International Labour Organization Statistics: Output per worker. URL: [https://rplumber.ilo.org/data/indicator?id=GDP\\_211P\\_NOC\\_NB\\_A&lang=en&type=label&format=.csv.gz&channel=ilostat](https://rplumber.ilo.org/data/indicator?id=GDP_211P_NOC_NB_A&lang=en&type=label&format=.csv.gz&channel=ilostat).
6. Gross fixed capital formation (% of GDP). World Bank Group. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NE.GDI.FTOT.ZS>.
7. Махортов Ю. О., Секрет О. В. Продуктивність праці в українському та світовому вимірах. *Економічний простір*. 2020. № 163. С. 7-13. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/163-1>.
8. Свір С. В. Система страхування військових ризиків як найбільш ефективний механізм стимулювання інвестицій. Соціально-економічні та правові проблеми розвитку країн: Матеріали XIII Міжнародної науково-практичної конференції (м. Дніпро, 23-24.10.25 р.). Прага: Oktan Print, 2025. 321 с.
9. Гринько Т., Гільорме Т., Управління інноваціями бізнес-структур у цифровому контексті. *Економіка та суспільство* / 2024. № 67. <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4749>.

**Д-р екон. наук Семенча І. Є., Кісін Б. О.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ПІДХОДИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ ЗБУТУ  
В ДІЯЛЬНОСТІ МЕРЕЖЕВОГО РІТЕЙЛУ**

Сучасний мережевий ритейл (МР) функціонує в умовах високої конкуренції, насиченості ринку та динамічних змін. Швидко глобальна цифрова трансформація, пандемія COVID 2019 року та окремі локальні кризи прискорили перехід до омніканальної моделі збуту що висуває перед підприємствами нові складні вимоги до організації збутової діяльності. Ефективність збутових процесів впливає на ключові показники такі як: оборот, прибутковість та швидкість масштабування мережі. Оскільки МР функціонує у динамічній середі підприємства

постійно шукають та пропонують споживачам нові формати, сервіс, новий асортимент товарів. Дослідження Давидова Л. І. [1], Лукіна І. І. [2], Гуменюк О. В. [3] є важливим для розуміння сучасних проблем і можливих рішень для бізнесу в умовах економічних криз.

Потреба в систематизації та вдосконаленні підходів до збуту зумовлена:

1. Фрагментацією каналів збуту. Клієнти використовують фізичні магазини, мобільні додатки та послугами доставки.

2. Зростання операційних витрат. Витрати на логістику та утримання великих фізичних площ вимагають постійної оптимізації та впровадження нових систем обліку та контролю.

3. Універсальні збутові стратегії більше не працюють тож необхідно адаптуватися до нових індивідуальних потреб споживачів.

Основною метою дослідження є аналіз систематизація та оцінка сучасних підходів до організації збутової діяльності і мережевого рітейлу та розробка практичних рекомендацій спрямованих на підвищення операційної та фінансової ефективності.

Вважаємо, що напрями, які можуть допомогти бізнесу у адаптації, – це, передусім, автоматизація процесів управління, моніторинг фінансових потоків та впровадження CRM систем. Впровадження автоматизації процесів буде використано для зменшення витрат на різноманітні операції. Також завдяки впровадженню такої системи ми маємо можливість знизити ризик помилок та різноманітну залежність від людських факторів.

Слід зауважити, що впровадження таких систем, н думку [2], вимагає значних капіталовкладень на перших етапах впровадження, що може викликати труднощі у підприємства. Сучасний розвиток електронної комерції є одним з важливіших напрямків розвитку оскільки сучасний клієнт все більше вибирає онлайн аніж оффлайн покупки. Онлайн-платформи дозволяють продовжувати та розширити зону продажів. Слід зауважити що онлайн-платформа не буде ефективною без налаштування надійних онлайн-платежів, логістики забезпечення безпеки даних та клієнт сервісу, що може стати викликом для деяких підприємств.

Перехід до омніканальної системи збуту, що є не просто наявність кількох каналів збуту, а їх безшовна інтеграція, створюється для єдиного та послідовного

клієнтського досвіду. Ефективний збут вимагає, щоб клієнт міг розпочати взаємодію в одному каналі (онлайн замовлення наприклад) і завершити в іншому (у фізичному магазині) тобто за моделлю «Click & Collect». В сучасному МР існує постійний конфлікт між потребою в уніфікації процесів і необхідністю адаптації до локального попиту. Закупівля, управління ланцюгом постачання, фінансовий контроль, все це забезпечує ефект масштабу та знижує транзакційні витрати. Мерчандайзинг, локальна реклама, управління взаємовідносин з клієнтами, все це підвищує гнучкість та відповідність регіональній специфіці.

Сучасний підхід передбачає централізовану аналітику та контроль через впровадження ERP/CRM систем і децентралізованого виконання. Це дозволяє швидко адаптувати асортимент і промоції до місцевих умов зберігаючи загальну стратегічну керованість.

За результатами дослідження можна зробити висновок, що ефективна організація збуту в мережевому ритейлі є результатом впровадження нових сучасних систем та технологічно підтримуваної омніканальної стратегії, яка успішно балансує між централізацією стратегічних та децентралізацією тактичних рішень. На основі дослідження мережевому ритейлу слід створити єдину платформу даних, розвивати гібридні точки збуту та впроваджувати електронну комерцію.

### **Список використаних джерел:**

1. Давидов Л. І. Економіка війни. Київ: Наукова думка, 2021. С. 45-67.
2. Лукін І. І. Вплив економічної кризи на підприємства малого та середнього бізнесу. Львів: ЛНУ, 2022. С. 22-39.
3. Гуменюк О. В. Цифровізація бізнесу в умовах економічної нестабільності. Київ: Економіка, 2022. С. 12-25.