

Список використаних джерел:

1. Вольська О.М. Трансформація механізмів державного управління соціальним розвитком. Публічне управління: теорія та практика. 2013. №1. С.30-34.

2. Власенко Р.В., Яценко Л.Д. Соціальні ризики України в умовах війни та повоєнного відновлення. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління. 2023. № 7. URL: <https://reicst.com.ua/pmt/article/view/2023-7-07-01/2023-7-07-01>

УДК 658.155.7

Ганущак Т.В.,

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки та фінансів підприємства,
Державного торговельно-економічного університету*

**РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТ У РИТЕЙЛІ:
ДОСВІД КРАЇН ЄС ТА УКРАЇНИ**

В умовах євроінтеграції України виникає необхідність розвитку вітчизняного бізнесу, зокрема й ритейлу, що є необхідністю в управлінні ризиками. Виклики, які виникають перед ризик-менеджерами, принесли нові можливості в управлінні підприємствами роздрібною торгівлі. Ці виклики пов'язані з комплексним вирішенням проблем в умовах непередбаченого та змінного бізнес-середовища. У ритейлі необхідно використовувати інноваційні методи антикризового управління. Існує значна кількість підходів до управління ризиками у бізнесі, запропонованих як вітчизняними, так і іноземними вченими-економістами. Не зважаючи на велику кількість публікацій, деякі проблеми з управління ризиками у бізнесі, залишаються не розв'язаними.

На думку американського вченого-економіста Роберта Каплана: «Управління ризиками може збільшити вартість, дозволяючи бізнесу брати на себе більш ризиковані дії. Коли управління ризиками відходить від усталених кількісних моделей, воно стає легко втягнутим у внутрішню політику бізнесу». [1] Відповідно до вищенаведеного цитування, ризики доцільно розглядати як можливості.

Українці змушені жити в еру змін, спричинених війною, що вплинули на діяльність різних бізнес-одиниць. Негативну тенденцію

змін мав і ритейл в Україні. Відтак, у березні 2023 року у порівнянні з відповідним періодом 2022 року загальна кількість торговельних точок скоротилася на 122 одиниці порівняно з довоєнним періодом. Так, наприклад, Національна мережа сімейного маркету «ДЕЛВІ» скоротилася на 2%, а українська мережа супермаркетів скоротилася на 0,8% за відповідний період. [2]

У листопаді 2023 року, за попередніми оцінками Державної митної служби України, експорт товарів досяг 3,0 млрд. дол. США, що на 10% вище, ніж місяць тому. Пожвавлення відбулось у першу чергу завдяки активізації роботи морського коридору, який Україна разом з країнами ЄС створила після припинення дії Чорноморської зернової ініціативи у липні 2023 року. Це дозволило збільшити постачання зерна, у першу чергу кукурудзи, експорт якої виріс з 1,1 млн. т. у жовті до 2,5 млн. т. у листопаді 2023 року. Також, збільшились фізичні обсяги експорту сої, соняшникової олії та залізної руди. Блокування пунктів пропуску мало значно більший вплив на імпорт товарів, аніж на експорт, оскільки частка автомобільних перевезень в імпорті значно вища й складає біля $\frac{3}{4}$ загальної щомісячної вартості поставок. Товарний імпорт у листопаді склав 5,1 млрд. дол. США, що на 9% нижче, ніж у жовтні. Скорочення фізичних обсягів імпорту відбулося для більшості груп товарної номенклатури, зокрема для імпорту добрив, де падіння становило 61% дпм. [3]

Зважаючи на можливість вступу України до Європейського Союзу, необхідно вивчати досвід розвитку ритейлу в країнах ЄС та здійснювати його імплементацію у вітчизняній роздрібній торгівлі, що є дедалі актуальнішим. Ритейл у країнах ЄС продовжує активно розвиватися, інноваційні тренди включають зростання електронної комерції, акцент на екологічній та соціальній відповідальності, персоналізований підхід до обслуговування клієнтів та розширення діяльності на міжнародних ринках. Підприємства роздрібної торгівлі адаптуються до змін у споживчих уподобаннях і використовують нові технології для підвищення конкурентоспроможності.

Отже, враховуючи вище зазначене, можна зробити наступні висновки та пропозиції:

Сучасні умови війни та пандемії посилили виклики для розвитку та утримання позицій на ринку в роздрібній торгівлі. Це потребує встановлення заходів для запобігання ризикам.

Інноваційні інструменти торговельних підприємств країн ЄС становлять важливий ресурс удосконалення в умовах цифровізації та війни. Необхідно швидко адаптуватися та приймати ситуаційні стратегічні рішення, застосовуючи індивідуальний підхід до ведення бізнесу. Існує потреба у використанні карти ризиків як інструменту ситуаційного управління. Необхідно захищати персональні дані та забезпечувати належний рівень безпеки від ризику втрати, несанкціонованого доступу або неправильного використання. Це особливо важливо в епоху Industry 5.0, що уособлює людиноцентризм із використанням новітніх інформаційних технологій. Потрібно розвивати цифровий маркетинг для зміцнення відносин з клієнтами.

Список використаних джерел:

1. Kaplan Robert S. *Journal of Applied Corporate Finance*. 2016. Vol. 28, no. 1. P. 8–19. URL: <http://surl.li/svxcd>
2. *Топ-10 продуктових мереж України за кількістю працюючих магазинів у 2023 році* URL: <http://surl.li/harfz>
3. *Інституту економічних досліджень та політичних консультацій*. URL: <http://www.ier.com.ua/ua>

УДК 65.011.12

Гончар Л.В.,

*доктор педагогічних наук, доцент,
в.о. завідувача кафедри управління та адміністрування*

Єрмак Є.С.,

здобувач вищої освіти

ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет»

ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах економічної діяльності, де спостерігається зростаюча конкуренція, основним завданням для кожного підприємства стає забезпечення та підвищення своєї конкурентоспроможності.

На основі аналізу наявних тлумачень дефініції «управління конкурентоспроможністю підприємства» доходимо висновку, що – це відокремлена підсистема менеджменту, спрямована на отримання конкурентних переваг серед аналогічних підприємств у короткостроковій та довгостроковій перспективі.