

Беліменко О. І.

*аспірант кафедри економіки та фінансів підприємства,
Державний торговельно-економічний університет
м. Київ, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-593-1-2>

РЕЗИЛЬЄНТНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ ЯК СКЛАДОВА ЇХ ЕКОНОМІЧНОЇ СТІЙКОСТІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ВИКЛИКІВ

У сучасних умовах ведення бізнесу, які відзначаються дією зовнішніх шоківих впливів, посиленням глобальної економічної нестабільності та зростанням рівня невизначеності й непередбачуваності, особливої актуальності набуває питання забезпечення належного рівня економічної стійкості, зокрема для підприємств торгівлі, як однієї із важливих частин національної економіки. Серед ключових характеристик, які впливають на спроможність суб'єкта господарювання функціонувати та протистояти кризовим умовам є резильєнтність.

Вперше поняття «резильєнтність» було запропоновано у 1973 році як основа для дослідження в екології [1]. Але з часом ця концепція набула популярності в економічних та соціальних напрямках. Так, на думку В. Є. Хаустової та О. І. Решетняк, резильєнтність має для ключових підходи до трактування: згідно першого – здатність підприємства під впливом шоківих викликів повернутися до вже існуючої точки рівноваги; за другим – спроможність підприємства постійно адаптуватися до мінливих умов зовнішнього середовища [3].

З огляду на це, резильєнтність є важливим чинником для забезпечення економічної стійкості підприємства торгівлі, оскільки остання формується під впливом сукупності організаційних, управлінських, фінансово-економічних та комерційних чинників, а резильєнтність виступає основою вчасного реагування на кризові явища без втрати конкурентоздатності і позицій на ринку.

Н. Л. Савицька та Е. В. Пахуча досліджуючи діяльність суб'єктів господарювання у кризових умовах відзначають, що резильєнтність економічної системи мікрорівня та макрорівня нерозривно пов'язані. Зокрема, вони виокремили такі види резильєнтності для окремої одиниці підприємництва мікрорівня: операційна, маркетингова, фінансово-

економічна, організаційна, технологічна та резильєнтність бізнес-моделі [2]. Однак, на нашу думку важливо виокремити також складові цієї резильєнтності, у тому числі для вітчизняних підприємств торгівлі, з таким розподілом: фінансова, економічна, комерційна, цифрова, інституційно-ринкова, організаційно-управлінська та HR-резильєнтність, які представлені у табл. 1.

Таблиця 1

Структура резильєнтності підприємства торгівлі

Фінансова резильєнтність	Економічна резильєнтність
<ul style="list-style-type: none"> – Високий рівень платоспроможності – Забезпеченість резервних фондів – Стабільність грошових потоків 	<ul style="list-style-type: none"> – Рентабельність діяльності – Диверсифікація структури доходів – Гнучкість структури витрат
Комерційна резильєнтність	Цифрова резильєнтність
<ul style="list-style-type: none"> – Омніакальність – Логістична диверсифікація – Раціональність управління запасами 	<ul style="list-style-type: none"> – Високий ступінь цифрового розвитку – Розширення цифрових каналів збуту – Інноваційність ІТ-систем
Інституційно-ринкова резильєнтність	HR-резильєнтність
<ul style="list-style-type: none"> – Стійкість мережі стейкхолдерів – Доступ до інституційної підтримки – Стабільність ринкових позицій 	<ul style="list-style-type: none"> – Забезпеченість кваліфікованими кадрами – Комфортна внутрішня соціальна система – Ефективність управлінських кадрів
Організаційно-управлінська резильєнтність	
<ul style="list-style-type: none"> – Гнучкість організаційної структури – Стійкість системи корпоративного управління – Ефективна система антикризового менеджменту 	

Джерело: сформовано автором

Із представлених даних, ми бачимо, що забезпечення економічної стійкості підприємства торгівлі, це складний та багатогранний процес, успіх якого часто залежить від належного рівня резильєнтності суб'єкта за окремими напрямками внутрішньої та зовнішньої діяльності.

Функціонування підприємств торгівлі відзначається високим ступенем залежності від таких факторів: забезпеченості фінансово-

економічними ресурсами, гнучкістю організаційної структури, кадрового потенціалу, рівня цифрової зрілості, стану зовнішнього середовища, зміни споживчого попиту, збоїв ланцюгів постачання, посилення ринкової конкуренції, зміни регуляторних норм, тощо. Такий вплив призводить до необхідності формування належного рівня резильєнтності, з метою підтримання безперервності бізнес-процесів. Спроможність підприємств швидко адаптуватися і трансформувати власні бізнес-процеси призводить до виникнення нових джерел створення власної економічної цінності.

Отже, в умовах глобалізації резильєнтність підприємств торгівлі є ключовим фактором інтеграції фінансового, економічного, комерційного, цифрового, інституційно-ринкового, організаційно-управлінського та кадрового напрямків діяльності суб'єкта. Це пов'язано зі спроможністю ефективно протистояти зовнішнім негативним шоківим впливам та зберегти ефективність діяльності й потенціал розвитку в довгостроковій перспективі, що вкрай необхідно в умовах глобалізаційних викликів.

Література:

1. Holling C. S. Resilience and stability of ecological systems. Research Report RP-73-3. Laxenburg: International Institute for Applied Systems Analysis (IIASA), 1973. P. 23. URL: <https://pure.iiasa.ac.at/id/eprint/26/1/RP-73-003.pdf>.
2. Савицька Н. Л., Пахуча Е. В. Ринкова резильєнтність бізнесу: теоретичний конструкт. *Бізнес Інформ*. 2024. № 2. С. 244–257. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-2-244-257>.
3. Хаустова В. Є., Решетняк О. І. Резильєнтність економіки: сутність і виклики для України. *Бізнес Інформ*. 2023. № 7. С. 30–41. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-7-30-41>.