

Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019). Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292. Ефективна економіка. 2025. № 9.

DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.9.66>

УДК 339:364

О. Є. Гапоненко,

к. е. н., доцент, доцент кафедри підприємництва, торгівлі і логістики,

Національний Технічний Університет

«Харківський Політехнічний Інститут»

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-4672-3311>

О. А. Кизлюк,

аспірант, Національний Технічний Університет

«Харківський Політехнічний Інститут»

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0000-4295-2630>

ВПЛИВ МЕГАТРЕНДІВ: МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНКИ СТІЙКОСТІ РИТЕЙЛУ В КОНТЕКСТІ СИСТЕМИ ЖИТТЄЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

О. Гапоненко,

PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of

Business, Trade and Logistics,

National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute»

О. Kyzliuk,

Postgraduate student, National Technical University «Kharkiv Polytechnic

Institute»

MEGATRENDS' IMPACT: A METHODOLOGICAL BASIS FOR ASSESSING RETAIL RESILIENCE IN A LIFE-SUPPORT SYSTEM CONTEXT

У статті розглядається проблема впливу сучасних мегатрендів на розвиток ритейлу як ключового елементу національної системи життєзабезпечення. Актуальність теми зумовлена необхідністю адаптації бізнес-моделей ритейлу до глобальних викликів, зокрема цифровізації, урбанізації, демографічних змін, екологічного тиску, зростання вимог до якості продукції та трансформації споживчої поведінки. На основі аналізу сучасних наукових праць та доповідей міжнародних дослідницьких центрів встановлено, що мегатренди мають подвійний характер – вони створюють як ризики, так і нові можливості для забезпечення стійкості ритейлу. Метою дослідження є розробка підходу до оцінки стійкості ритейлу в системі життєзабезпечення, яка поєднує системний підхід, концепцію резильєнтності та інструменти ризик-менеджменту. У роботі визначено критерії адаптаційної здатності ритейлу до окремих мегатрендів та запропоновано в подальшому використати інтегральний індекс його впливу на стабільність системи життєзабезпечення. Результати мають як теоретичне значення для розробки економіки стійкості, так і практичне – для формування стратегій розвитку бізнесу в умовах глобальних трансформацій.

The article addresses the problem of assessing the impact of global megatrends on retail development as a strategic component of the national life-support system. Megatrends are defined as long-term structural shifts that shape political, economic, technological and social transformations on a global scale. Their significance lies in the fact that they simultaneously generate systemic risks and open new opportunities that determine the resilience of the retail sector. The study is conceptually based on the system approach, risk management theory and the concept of resilience, understood as the ability not only to withstand shocks but also to adapt and recover through innovation. Existing research emphasizes megatrends such as technological revolution and digital culture, rapid urbanization, demographic shifts, sustainable development challenges, health

imperatives, and globalization of business. Although many works have recognized their influence, the problem of measuring the adaptive capacity of national retail systems relative to megatrends remains insufficiently resolved. The research goal is to elaborate a model for evaluating retail resilience through a system of specialized indicators grouped by megatrend categories. Indicators include accessibility of goods, safety and reliability of supply, social orientation, adaptability of assortment, and efficiency of logistics under disruptive conditions. On this basis, the article proposes an integral index measuring the overall impact of retail on the stability of the life-support system of the population. The proposed approach highlights how adaptation strategies in retail, such as digital platforms, localized supply chains, support for local producers and sustainable product lines, may enhance resilience in times of crisis. The results are theoretically relevant for the development of resilience economics and practically useful for business strategies, public policy design and sustainable urban planning. The proposed methodology can be applied for monitoring risks, forecasting vulnerabilities and optimizing governance mechanisms of retail under conditions of accelerated global transformations.

Ключові слова: ритейл, система життєзабезпечення, мегатренди.

Keywords: retail, life support system, megatrends.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Сучасний розвиток глобальної економіки та суспільства визначається впливом мегатрендів – довгострокових і стійких процесів, що трансформують політичні, економічні, соціальні та технологічні сфери. Вони виступають не лише базовими драйверами світових змін, а й джерелами ризиків та можливостей для бізнесу [1]. Особливо це актуально для ритейлу, який є ключовим елементом системи життєзабезпечення населення, оскільки забезпечує доступ до товарів першої необхідності. В умовах глобалізації, цифрової

трансформації, урбанізації, демографічних зрушень та посилення екологічних викликів постає питання про його здатність до адаптації, швидкого відновлення та стійкого розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Найчастіше науково підтвердженим аспектом мегатрендів є аналіз їхнього впливу на поведінку людей, бізнесу та соціальних систем. Зокрема, наукова література детально досліджує, як мегатренди змінюють споживчу поведінку (Чміль Г.Л., Гуржій Н. М., Назарова С. О., Васирина О. Р., Шевченко А. В., Стельмашенко О. О., Марчук В. В.), економічні стратегії, в тому числі в аспекті ритейлу (Наумова Т., Акімова Н., Литовченко О., Дячек В., Мітін М.), адаптацію суспільства до нових викликів і трансформацію інституцій (Шкурупій О., Дейнека Т., Дивнич О., Загребельна І., Антоненко Я., Коппель О., Пархомчук О.). Ці зміни підтверджуються емпірично через поведінкову економіку, соціально-економічні дослідження, спостереження за динамікою ринків, політики та реакціями громад. Незважаючи на наявні дослідження, перспективними для розроблення залишаються підходи до оцінки стійкості бізнесу, зокрема ритейлу саме крізь призму мегатрендів і його функціональної ролі як системоутворювального елементу національної системи життєзабезпечення. Це зумовлює потребу у формуванні комплексної моделі, яка б враховувала характер впливу мегатрендів на бізнес-моделі ритейлу, специфіку ризиків і можливостей, а також дозволяла б кількісно вимірювати адаптивний потенціал галузі.

Метою статті є розробка концептуальної моделі оцінки стійкості ритейлу в контексті впливу сучасних мегатрендів та його функціональної ролі у системі життєзабезпечення. Для досягнення цієї мети передбачається:

- ідентифікувати ключові мегатренди, що формують ризики та можливості для ритейлу;
- визначити специфіку їхнього впливу на бізнес-моделі роздрібною торгівлі та поведінку споживачів;

- виокремити ризики та можливості, що постають у сфері життєзабезпечуючої функції ритейлу;
- запропонувати систему критеріїв для вимірювання стійкості ритейлу до впливу окремих мегатрендів.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Вихідною позицією є те, що в роботі «національна система життєзабезпечення» розглядається як фільтр, що визначає важливість і актуальність проблеми [2], «мегатренди» – це ті динамічні сили, які створюють ризики і можливості [1, 3]. В аспекті даного дослідження, виникає необхідність формування моделі оцінки стійкості ритейлу в контексті системи життєзабезпечення. Модель має поєднувати принципи системного підходу [4], теорії ризик-менеджменту [5] та концепції стійкості бізнесу (resilience) [6]. Стійкість тут – це не просто здатність вижити, а здатність до швидкої адаптації та відновлення після шоків. Поняття стійкості має багато різних значень. Воно походить із фізики (де означає здатність об'єкта повернутися у вихідне положення після зміщення) та психології (де позначає здатність відновлюватися після шоку), що асоціює стійкість з ідеєю рівноваги [7]. Після шоку чи кризи системи можуть не повернутися точно до свого попереднього стану, а радше досягнути нового стану рівноваги. У цьому контексті стійкість системи вимірюється або швидкістю її повернення до рівноваги (старої чи нової), або інтенсивністю, з якою вона здатна поглинати зміни [8].

Етап ідентифікації сучасних мегатрендів. Відповідно до визначення Мельник Л. Г., мегатренд – це великомасштабна довгострокова тенденція суспільного розвитку, яка визначає зміну якісних параметрів соціально-економічних систем [9].

Мегатренди в науковому дослідженні О. Булатової, В. Панченка, О. Іващенко [10] розглядаються як такі, що мають трансформаційний характер й визначають траєкторію розвитку міжнародного бізнесу, міжнародних ринків, галузей.

Критерії мегатрендів представлено на рис. 1.

Масштаб і охоплення (глобальний масштаб впливу)	Мегатренд має розповсюджуватись на більшість країн світу, поширюватись від центру до периферії, а регіональні чи національні зміни виступають окремими проявами цього глобального процесу
Тривалість впливу (довготривалість)	Глобальний мегатренд є довготривалим, формуючи світовий розвиток не протягом років, а десятиліть, і задає нові орієнтири для стратегій держав, бізнесу, громадянського суспільства.
Багатофакторність та системність	Мегатренд впливає на систему через різні канали (економіка, міграція, технології, політика, екологія тощо), взаємопов'язує декілька трендів і задає нові тенденції – наприклад, діджиталізація запускає хвилю трансформацій в освіті, виробництві, політичній взаємодії, культурних практиках
Геополітичні та геоекономічні наслідки (вплив на ключових учасників)	Мегатренди ініціюють або значущим чином змінюють глобальні ланцюги виробництва, торгівлі, фінансів, а також розстановку політичних сил. У результаті зміщується баланс між державами, народжуються нові центри впливу та переглядаються правила глобальної гри.
Стратегічний системний вплив	Мегатренди формують виклики і можливості для майбутнього, змінюючи правила гри в економіці, політиці, суспільстві

Рис. 1 Критерії ідентифікації мегатрендів.

Джерело: Систематизовано, узагальнено та згруповано за даними [11-13]

Авторські підходи щодо визначення напрямів мегатрендів представлено в табл. 1.

Виходячи з наданих джерел (табл. 1), для аналізу теми даної роботи варто обрати наступні мегатренди, оскільки вони безпосередньо впливають на бізнес-моделі ритейлу та споживчу поведінку:

1. Технологічна революція та цифрова культура.
2. Зміни в моделях споживання та розширення можливостей споживачів.
3. Урбанізація.
4. Демографічні зміни..

5. Сталий розвиток та екологічні проблеми.
6. Здоров'я та благополуччя.
7. Глобалізація бізнесу.

Таблиця 1. Авторські підходи щодо визначення напрямів мегатрендів

Автор	Напрями мегатрендів
J. Naisbitt [14]	трансформація від індустріального до інформаційного суспільства; зміна механічної технології на ультратехнології; трансформація від національної до глобальної економіки; перехід від короткострокового мислення до довгострокового; заміна централізації децентралізацією; перехід від інституціоналізованої допомоги до самопомоги; заміна прямої демократії на представницьку демократію; трансформація від дуалістичного до мультиплістичного способу мислення
S.A. Hajkowicz, H. Cook, A. Littleboy [15]	швидкі демографічні зміни; швидка урбанізація; прискорення технологічних інновацій; зміни влади; дефіцит ресурсів; зміни клімату
M. Tinnilä [16]	зміни у віковій структурі населення та процеси урбанізації; рух суспільств до цілодобового доступу до різних товарів, послуг та споживання; впровадження ІКТ; значне розширення споживачів завдяки широкому доступу до інформації; розширення електронної торгівлі, електронних покупок та мобільних послуг; глобалізація бізнесу як наслідок структурних змін на конкурентному ринку
V. Hessel [17]	демографічні зміни; індивідуалізація досягає нового етапу; соціальна та культурна нерівність; реорганізація систем охорони здоров'я; зміни гендерних ролей; нові моделі мобільності; цифрова культура; навчання у природи; повсюдний інтелект; конвергенція технологій; глобалізація; економіка, заснована на знаннях; бізнес-екосистеми; зміни у світі праці; нові моделі споживання; потрясіння в енергетиці та ресурсах; зміна клімату та вплив на навколишнє середовище; урбанізація; новий політичний світовий порядок; глобальне суспільство ризику.

Продовження таблиці 1.

Автор	Напрями мегатрендів
S. Valdivia, G. Sonnemann [18]	нові бізнес-моделі, краще управління ризиками, спільні інновації, вищі фінансові показники, привабливість як роботодавця, зростання споживчого попиту та обізнаності, зростання звітності про сталий розвиток як окремої тенденції
J. Linthorst, A. Waal [19]	Швидкість технологічного прогресу (відносна вага 69%) Гнучка зайнятість (відносна вага 36%) Зміна складу робочої сили (відносна вага 35%) Стала зайнятість (вага 34%) Екологічні проблеми (відносна вага 33%) Продовження глобалізації (відносна вага 31%) Невідповідність кваліфікації (відносна вага 24%) Зростання нерівності (відносна вага 16%) Індивідуалізм (відносна вага 13%) Урбанізація (відносна вага 11%) Транскордонна міграція (відносна вага 11%) Економічні зміни влади (9%) Дефіцит ресурсів (9%)
P. J. Batt [20]	сталий розвиток; глобальна взаємозалежність. розширені можливості споживачів (зі збільшенням особистого доходу споживачі вимагають більш безпечної, здорової та поживної їжі, виробленої більш сталим та етичним способом; споживачі надають більше значення досвіду харчування та купують традиційні місцеві продукти в альтернативних торгових точках; все більше споживачів займаються фітнесом та здоров'ям, витрати на охорону здоров'я продовжують зростати через захворювання, пов'язані з харчуванням); урбанізація; технологічна революція
Григоров О. В., Аніщенко Г. О., Стрижак В. В., Петренко Н. О., Турчин О. В. [21]	демографічні зміни зміни в економічній могутності урбанізація, що прискорюється кліматичні зміни, дефіцит ресурсів технологічний прогрес

2. Етап ідентифікації ризиків та можливостей.

Мегатренди – це, по суті, джерела ризиків і можливостей, проти яких ритейл має бути стійким. В даній роботі ми не просто аналізуємо ризики, а конкретні виклики, що походять від цих трендів в аспекті життєзабезпечуючої функції ритейлу.

Мегатренд: *Технологічна революція та цифрова культура.*

Ризики:

Кіберзагрози та витоки даних через підключені пристрої, хмарні технології; посилення захисту персональних даних [22, 23].

Витрати на адаптацію працівників й опір змінам через технології [24].

Посилення цифрової нерівності: обмеження доступу для окремих груп населення. Інфляція та невизначеність цифрових трансформаційних витрат [25].

Можливості:

Формування нової структури ринку, цифрової екосистеми, підвищення ефективності підприємств і якості життя [23].

Зростання інформаційної компетентності – доступ до великих обсягів інформації для усвідомлених рішень [23].

Оптимізація логістики, автоматизація, персоналізація, аналітика й прогнозування з Big Data/AI, self-checkout, мобільні додатки, електронні платежі [24, 25].

Зростання онлайн-торгівлі, розширення каналів комунікації, розвиток власних торгових марок, аналіз поведінки споживачів [26, 27, 31].

Мегатренд: *Зміни в моделях споживання та розширення можливостей споживачів.*

Ризики:

Вимогливість до зручності, прозорості, персоналізації – ускладнення підтримки лояльності без оновлення маркетингу [28].

Політичні та соціальні зміни (зокрема війна), що радикально впливають на споживчі вподобання і сприйняття реклами [28].

Зміна пріоритетів споживачів на основні потреби – зростання економії, відмова від непотрібних покупок [31].

Можливості:

Вплив соціальних факторів: вибір еко- та сталих брендів, нових цінностей [32].

Новий підхід до брендів – відповідальне споживання, підтримка малого бізнесу, соціальна відповідальність [31].

Вивчення поведінкових моделей цифрового споживача для конкурентної переваги та ефективного маркетингу [32].

Переформатування маркетингових стратегій під вимогу швидкості, зручності, індивідуальності [33].

Активна роль споживача: відгуки, UGC, співтворчість, формування попиту, розвиток бізнесу [34].

Мегатренд: *Урбанізація*.

Ризики:

Перевантаження логістики, вразливість до руйнування ланцюгів постачання, дефіцит товарів у кризу [35].

Відхід від традиційних брендів та локального виробництва через зміни споживчих уподобань [35].

Втручання нових соціальних норм та культурних впливів – ризик втрати ідентичності мешканців села [35].

Зростання нерівності в доступі до товарів та послуг через нерівномірний розвиток інфраструктури [35].

Можливості:

Розширення доступу до більшого вибору товарів та послуг завдяки розширенню ринків [35].

Збільшення доходів і соціальна мобільність — зростання купівельної спроможності сільського населення [35].

Розвиток ритейлу у форматі «магазинів біля дому», стабільний доступ до товарів і підвищення стійкості системи [36].

Мегатренд: *Демографічні зміни*.

Ризики:

Зменшення чисельності населення, зміна вікової структури, зниження обсягів продажів, трансформація асортименту на готові рішення [37].

Старіння населення — потреба у товарах та послугах для здоров'я, медичні пристрої, зручний інтерфейс для літніх покупців [37].

Непередбачуваність попиту через масову міграцію, ускладнення управління ланцюгами постачання і планування діяльності [38].

Зростання соціокультурного різноманіття через міграцію – необхідність адаптації асортименту та маркетингу [38].

Зміна структури сімей – зменшення великих сімей, збільшення одноособових домогосподарств, потреба в індивідуальних рішеннях [38].

Можливості:

Розширення клієнтської бази в регіонах з найбільшим приростом населення [38]

Розвиток ритейлу, орієнтованого на потреби мігрантів [38].

Позиціонування товарів і послуг для літніх – медичні пристрої, продукти для здоров'я, організація спеціальних програм [38].

Зростання попиту на еко-продукти, сталий розвиток, формування нових нішевих сегментів [38].

Розширення асортименту етнічних товарів, культури орієнтовані маркетингові кампанії [38]

Мегатренд: *Сталий розвиток та екологічні проблеми.*

Ризики:

Зростання собівартості товарів через екологічні вимоги та сталого виробництва, що може підвищити ціни на життєво необхідні товари [39].

Ризики руйнування виробничих потужностей під час війни, ускладнення впровадження екологічних стандартів і відновлення виробництва [39].

Пошкодження фізичних активів (магазини, склади), проблеми з доставкою, невизначеність ланцюгів постачання, зростання вартості страхування [40].

Пошкодження фізичних активів (магазини, склади), проблеми з доставкою, невизначеність ланцюгів постачання, зростання вартості страхування [41].

Можливості:

Підвищення лояльності споживачів: більше покупців обирають екологічно відповідальні бренди і готові платити в середньому на 9.7% більше [41].

Створення локалізованих та сталих ланцюгів постачання, використання місцевих ресурсів і перероблених матеріалів для швидкого відновлення виробництва.

Впровадження ініціатив сталого розвитку, зменшення відходів, використання біорозкладної упаковки, зменшення пластику.

Прозорість ланцюгів постачання як конкурентна перевага, довіра споживачів через відкриту комунікацію про походження і екологічність товарів.

Застосування моделей циркулярної економіки, де відходи перетворюються на ресурс, і бізнеси впроваджують екологічно відповідальні рішення.

Мегатренд: *Здоров'я та благополуччя.*

Ризики: Зростання інтересу споживачів до здоров'я, персоналізованого харчування і моніторингу свого стану здоров'я за допомогою додатків [41].

Поляризація ринку: акцент на дорогих «здорових» продуктах може витіснити доступні поживні товари, посилюючи соціальну нерівність [41].

Компроміси (trade-offs) екологічних впливів: скорочення одного виду може збільшувати інший; складність вибору продукції з низьким впливом.

Можливості: Інтеграція здорового харчування та безпеки продуктів у базову функцію ритейлу для широкого забезпечення населення якісними, локальними товарами та підвищення стійкості системи життєзабезпечення. [40].

Мегатренд: *Глобалізація бізнесу*

Ризики:

Критична залежність від глобальних ланцюгів постачання, вразливість до геополітичних конфліктів, закриття кордонів, порушень логістики [40].

Дефіцит товарів і зростання цін через непередбачувані події (конфлікти, стихійні лиха) [41].

Ризик придбання неякісних товарів через недобросовісних постачальників [41].

Часті зміни асортименту, скорочення життєвого циклу товарів, ускладнення планування покупок [41].

Геополітична залежність від ключових постачальників, перебої через санкції і конфлікти [42].

Непрозорість ланцюгів постачання, відсутність даних про постачальників другого і третього рівня, складнощі своєчасного реагування [42].

Нав'язування чужих моделей споживання та культури, монополізація ринку великими корпораціями [42].

Диспропорції у споживанні, незадоволення основних потреб населення, поглиблення нерівності [42].

Можливості:

Диверсифікація постачальників і регіонів для підвищення стійкості ланцюгів постачання [42].

Near-shoring і friend-shoring для скорочення ланцюгів, полегшення контролю і комунікації [42].

Оптимізація запасів (стратегія «на всякий випадок») для стійкості при непередбачених потрясіннях [42].

3. Етап формування критеріїв стійкості – здатність ритейлу адаптуватися до певного мегатренду.

Кожен критерій повинен вимірювати не просто стійкість, а здатність ритейлу адаптуватися до певного мегатренду. Представлений підхід включає окремі групи критеріїв у системі життєзабезпечення [2], присвячені кожному мегатренду, який є предметом оцінювання.

Критерії стійкості до *технологічної революції та цифрової культури*:

- Орієнтація на максимальне врахування запитів населення:

- Продажі, сформовані на основі прогнозування попиту.
- Рівень персоналізації пропозицій.
- Доступність товарів:
 - Частка онлайн-продажів у загальному обсязі.
 - Середній час доставки товарів.
- Безпечність та надійність для споживача:
 - Відсоток товарів, відстежуваних за допомогою блокчейн-технологій.
- Кількість кібератак та збоїв у роботі онлайн-систем.
- Соціальна орієнтація:
 - Кількість соціальних ініціатив, реалізованих через електронні платформи.

Критерії стійкості до зміни в моделях споживання та розширення можливостей споживачів:

- Орієнтація на максимальне врахування запитів населення.
 - Програми лояльності, орієнтованих на індивідуальні потреби.
 - Відповідність трендам здорового харчування та екологічності.
- Доступність товарів:
 - Кількість каналів продажів та точок доступу до товару (омніканальність).
- Безпечність та надійність для споживача:
 - Сертифікація якості та сталого виробництва.
- Соціальна орієнтація:
 - Частка товарів від локальних виробників та малих підприємств у загальному асортименті.

Критерії стійкості до урбанізації

- Орієнтація на максимальне врахування запитів населення:
 - Щільність торгівельних точок в межах міських районів.
 - Частка продажів через малі формати магазинів («біля дому»).
- Доступність товарів:

- Частка населення, яке проживає в зоні «пішохідної» доступності до магазинів.

- Ефективність «останньої милі».
- Безпечність та надійність для споживача:
- Рівень стійкості логістичної інфраструктури в межах міста.
- Повнота задоволення потреб:
- Різноманітність асортименту у міських ритейл-форматах.
- Соціальна орієнтація:
- Кількість ритейл-об'єктів, що виконують функцію «хабу» для громади.

Критерії стійкості до демографічних змін.

- Орієнтація на максимальне врахування запитів населення:
- Частка асортименту, адаптованого до потреб мігрантів та внутрішньо переміщених осіб.
- Гнучкість у формуванні цінової політики для різних вікових та соціальних груп.
- Доступність товарів:
- Швидкість розгортання торгівельних точок у регіонах з притоком населення.
- Кількість точок видачі та доставки товарів у тимчасових поселеннях.

- Соціальна орієнтація:
- Здатність бізнесу інтегрувати нову робочу силу.
- Створення сприятливого середовища для різних соціальних груп.

Індикатори стійкості до сталого розвитку та екологічних проблем

- Орієнтація на максимальне врахування запитів населення:
- Частка екологічних товарів у загальному асортименті.
- Здатність ритейлу відповідати на запити споживачів щодо зменшення відходів.
- Відповідність правилам торгового обслуговування:

- Дотримання стандартів екологічної безпеки.
- Повнота задоволення потреб:
- Здатність ритейлу ефективно використовувати ресурси та підвищувати продовольчу безпеку.

- Доступність товарів:
- Частка «зелених» закупівель.
- Безпечність та надійність для споживача:
- Частка еко-сертифікованих продуктів у асортименті.
- Соціальна орієнтація:
- Роль ритейлу у формуванні відповідального споживання.

Критерії стійкості до здоров'я та благополуччя

- Орієнтація на максимальне врахування запитів населення:
- Здатність ритейлу відповідати зростаючому попиту на здорову їжу.
- Зусилля ритейлу щодо формування нових споживчих звичок.
- Доступність товарів:
- Можливість для всіх верств населення купувати здорові продукти, а не лише преміум-сегмент.

- Безпечність та надійність для споживача:
- Рівень контролю за безпекою товарів.
- Надійність продукції та прозорість ланцюга постачання.
- Соціальна орієнтація:
- Соціальна роль компаній у покращенні здоров'я населення.
- Підтримка регіонального розвитку та забезпечення населення свіжими продуктами.

Критерії стійкості до глобалізації бізнесу

- Орієнтація на максимальне врахування запитів населення:
- Широта асортименту міжнародних товарів.
- Рівень залежності від глобальних ланцюгів постачання.
- Доступність товарів:

- Здатність ритейлу забезпечувати доступ до товарів, популярних у всьому світі.
- Ефективність міжнародної логістики.
- Безпечність та надійність для споживача:
- Рівень дотримання міжнародних стандартів якості.
- Стійкість до порушень міжнародних логістичних ланцюгів.
- Соціальна орієнтація:
- Здатність ритейлу використовувати глобальні зв'язки для забезпечення потреб населення в умовах кризи.
- Участь у міжнародних проєктах соціальної відповідальності.

Таким чином, підхід полягає в тому, щоб показати, як ритейл адаптується до цих сил, щоб продовжувати ефективно виконувати свою стратегічну функцію в системі життєзабезпечення.

Висновки та перспективи подальших розвідок у даному напрямі.

Аналіз впливу мегатрендів на сферу ритейлу дозволив розробити концептуальний підхід оцінки стійкості цієї галузі і не просто як комерційну діяльність, а як критично важливий елемент національної системи життєзабезпечення. Для кожного з цих мегатрендів ідентифіковано специфічні ризики та можливості.

На основі цього аналізу запропоновано систему критеріїв для вимірювання стійкості ритейлу. Ці критерії охоплюють такі аспекти, як орієнтація на запити населення, доступність товарів, безпека, повнота задоволення потреб і соціальна орієнтація.

Таким чином, розроблена концептуальна модель є фундаментом для створення практичного інструменту, що дозволить кількісно вимірювати стійкість ритейлу та ефективно управляти ризиками в умовах сучасних глобальних викликів.

Література

1. Шкурупій О., Дейнека Т., Дивнич О., Загребельна І., Антоненко Я. Концептуальні підходи до визначення основних трендів еволюції глобальної економічної системи. *Економічний аналіз*. 2022. Том 32. № 3. С. 7–15. DOI: 10.35774/econa2022.03.007.
2. Кизлюк О. А. Роль ритейлу для формування критеріїв у системі життєзабезпечення населення країни. *Бізнес Інформ*. 2025. №2. С. 220–226. – URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2025-2_0-pages-220_226.pdf
3. Структурні трансформації у світовій економіці: виклики для України / Аналітична доповідь / В. Сіденко (керівник проекту) та ін. Київ: Заповіт, 2017. 182 с.
4. Системний підхід в управлінні соціальними організаціями: підручник. Туленков М. В. Київ : Каравела, 2023. 508 с.
5. Chapman R. Tools and techniques of enterprise risk management. Wiley & Sons, Inc., 2006. 466 p.
6. Резильєнтність ендегенного розвитку регіонів в умовах глобальних викликів та шоків: монографія / НАН України. ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України»; наук. редактор М.І. Мельник. Львів, 2024. 307 с. (Серія «Проблеми регіонального розвитку»).
7. Fernandes J. R., Chamusca P. Urban policies, planning and retail resilience. *Cities*. 2014. Volume 36. P. 170–177.
8. Hudson, 2010. Resilient Regions in an Uncertain World: Wishful Thinking or a Practical Reality? *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*. Vol. 3, Issue 1, pp. 11–25. <https://dx.doi.org/10.1093/cjres/rsp026>
9. Мельник Л. Г. Сучасні тренди розвитку соціально-економічних систем. *Механізм регулювання економіки*. 2020. №1. С. 14.
10. Булатова, О., Панченко, В. Іващенко, О. Мегатренди міжнародного економічного розвитку і виклики економічній безпеці: потенціал управління політикою стійкості та протидії ризикам. *Modeling the*

development of the economic systems. 2023. 2. С. 215–222. DOI: <https://doi.org/10.31891/mdes/2023-8-29>

11. Yoost, D. A. Peterson, D. J. Embracing Global Megatrends. *In Practic*. 2015. – URL: <https://www.longviewglobal.com/wp-content/uploads/2015/10/HowMegatrendsShapeGlobalBusiness.pdf>

12. Шкурूपій О. В., Самойлик Ю. В. Сучасна трансформація енергетики України в контексті Четвертої промислової революції. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. 60. Ч. 2, С. 54–60. URL: http://bses.in.ua/journals/2020/60_2_2020/10.pdf

13. Коппель О., Пархомчук О. Мегатренди глобального розвитку. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ*. 2022. Вип. 2 (56). С. 10–15.

14. Naisbitt, J. Megatrends – Ten New Directions. Transforming Our Lives, New York: Warner Books, 1982.

15. Hajkowicz, S.A., Cook, H. and Samp; Littleboy, A. Our Future World: Global Megatrends. That Will Change the Way We Live. The 2012 Revision, Commonwealth Scientific and Industrial Research Organization CSIRO, Australia, 2012.

16. Tinnilä, M. A Classification of Service Facilities, Service Scapes and Service Factories. *International Journal of Services and Operations Management*. 2012. №11(3). P. 9.

17. Hessel, V. Megatrends – megascience? *Green Processing and Synthesis*. 2014. №3(2). P. 99–100.

18. Life Cycle Sustainability Assessment: Handbook. Edited by S. Valdivia, G. Sonnemann. Geography, Planning and Tourism, 2024. 460 p. DOI: <https://doi.org/10.4337/9781800378650>

19. Linthorst J., Waal A. Megatrends and Disruptors and Their Postulated Impact on Organizations. *Sustainabilit*. 2020. №12(20). 8740. <https://doi.org/10.3390/su12208740>

20. Batt P. J. Responding to the challenges presented by global megatrends ISHS Acta Horticulturae 1205: International Symposia on Tropical and Temperate Horticulture – ISTTH2016. DOI:10.17660/ActaHortic.2018.1205.1

21. Григоров О. В., Аніщенко Г. О., Стрижак В. В., Петренко Н. О., Турчин О. В., Окунь А. О. Глобальні мегатренди людства, четверта промислова революція та напрямки розвитку майбутньої економіки. Великі дані. *Збірник наукових праць УкрДУЗ*. 2019. вип. 184. С. 79–91.

22. Trend One. – URL: <https://www.trendone.com/en/digital-tools/trend-universe#c599>

23. Іванечко Н.Р., Процишин Ю.Т., Никитишин Т.В. Цифрові технології в роздрібній торгівлі: зарубіжний та український досвід. *Економіка харчової промисловості*. Том 12, Випуск 1/2020. DOI:10.15673/fie.v12i1.1671

24. Чміль Г.Л. Адаптивна поведінка суб'єктів споживчого ринку в умовах цифрової трансформації економіки: теорія, методологія та практика: монографія. Х.: Видавництво Іванченка І. С., 2021. 377 с.

25. Андрійшина О. О., Шаповал В. А. Роздрібна торгівля в умовах цифровізації суспільства. *Economics Bulletin*. 2022. №2. <https://doi.org/10.33271/ebdut/78.092>

26. Гуржій Н. М., Назарова С. О., Васирина, О. Р. Цифрова економіка та її вплив на зміну споживчих звичок і ринкових стратегій: цифрові трансформації та інституційний контекст. *Академічні візії*. 2024. (30). <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/1037>

27. Наумова Т., Акімова Н. Імперативи розвитку мережевого ритейлу в умовах цифрової трансформації економіки. *Бізнес-моделі для сталого розвитку: виклики та цифрова трансформація: тези доповідей Міжнар. наук.-практ. конф. (15–16 лютого 2024 р., м. Харків, Україна)*. Харків. ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2024. С. 273–275. URI <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/50017>

28. Шевченко А. В., Стельмашенко О. О., Марчук В. В. Зміни споживчої поведінки в умовах трансформації цифрових маркетингових

комунікацій. *Проблеми системного підходу в цифровій економіці*. 2023. № 1 (90). С. 44–53. URL: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2023-1-6>.

29. Боліла С. Ю. Інноваційні підходи та новітні технології в вирішенні завдань в сфері ритейлу як чинник досягнення конкурентних переваг. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*, 2024. (20), 51–60. <http://www.tnv-econom.ksauniv.ks.ua/index.php/journal/article/download/513/480>

30. The Cut Back Economy 2023: A Widening Crisis. – URL: <https://www.retailconomics.co.uk/retail-insights/thought-leadership-reports/the-cut-back-economy-2023-a-widening-crisis-within-the-retail-industry>

31. Mehta S., Saxena T., Purohit N. The New Consumer Behaviour Paradigm amid COVID-19: Permanent or Transient? *Journal of Health Management*. 2020. № 22 (2). P. 291–301

32. Karpenko N. V., Ivannikova M. M. The influence of the consumer's type – physical or digital – on their behavioral characteristics. *Економічний вісник ДВНЗ УДХТУ*. 2020. № 2 (12). С. 113–119.

33. Мавріна М. І. Еволюція підходів моделювання поведінки споживачів і попиту. *Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка*. 2018. № 23. Вип. 7. С. 205–211.

34. Литовченко, О., Дячек, В., Мітін, М. Трансформація бізнес-моделей підприємств в умовах цифровізації економіки. *Економіка та суспільство*. – URL: 2024. (69). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-69-36>

35. Raju T. V. V. M., Veluri, K. K., Venugopal K. Rural to Urban: Unraveling Consumer Behavior Changes in the Wake of Urbanization. *International Journal of Innovative Research and Practices*. 2024. Vol.12. Issue 3.

36. Blekking J., Waldman K., Davies J., Kaputula M., Nelson E., Robeson S. M. Rapid urbanization and uneven development of the food retail environment. *Geoforum*. 2023. Volume 147. – URL: <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2023.103893>

37. Аналітика. Ю. Дзюба, ритейл-ательє Dzyuba: Як розвиватиметься продуктовий ритейл відповідно до дослідження McKinsey & Company. – URL: <https://rau.ua/personalii/julija-dzjuba-ritejl-atelie-dzyuba-jak->

rozvivatimetsja-produktovij-ritejl-vidpovidno-do-doslidzhennja-mckinsey-company/

38. Сергієнко, О., Прокопович, С., Татар, М., Білоцерківський, О., Чернов, О., Кизлюк, О. Демографічні характеристики ЄС: глобальні мегатренди та можливості для сектора роздрібної торгівлі.. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*. 2025. 3(62), 515–534. – URL: <https://doi.org/10.55643/fcaptp.3.62.2025.4746>

39. Кучанський О. Сучасний стан роздрібної торгівлі в Україні: орієнтир для удосконалення управлінського обліку. *Економіка та суспільство*. 2024. (62). – URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-62-36>

40. Зав'ялова, М., Романюк, Н., Ковбас, Г. Актуальні тенденції у попиті споживачів на продукти і послуги, спрямовані на підтримку здорового способу життя в умовах креативної економіки. *Економіка та суспільство*. 2024. (60). – URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-105>

41. Yu, W., Jacobs, M. A., Chavez, R., Yang, J. Dynamism, disruption orientation, and resilience in the supply chain and the impacts on financial performance: a dynamic capabilities perspective. *Int. J. Prod. Econ.* 2019. 218:352–362 10.

42. Беззубченко О.А. Фрагментація глобальних ланцюгів створення вартості під впливом поточних ризиків. *Вісник Маріупольського державного університету. Сер.: Економіка*. 2023. Вип. 26. С. 84–95.

References

1. Shkurupii, O., Deineka, T., Dyvnych, O., Zagrebelna, I. and Antonenko, Ya. (2022), “Conceptual approaches to determining the main trends in the evolution of the global economic system”, *Ekonomichnyi analiz*, vol. 32, no. 3, pp. 7–15. DOI: 10.35774/econa2022.03.007.

2. Kyzliuk, O.A. (2025), “The role of retail in forming criteria in the system of life support for the country's population”, *Biznes Inform*, [Online], vol. 2, pp. 220–226, available at:https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2025-2_0-pages-220_226.pdf (Accessed 31 August 2025).

3. Sidenko, V. (2017), *Strukturni transformatsii u svitovii ekonomitsi: vyklyky dlia Ukrainy: Analitychna dopovid* [Structural transformations in the world economy: challenges for Ukraine: Analytical report], Zapovit, Kyiv, Ukraine.
4. Tulenkov, M.V. (2023), *Systemnyi pidkhid v upravlinni sotsialnykh orhanizatsiiamy: pidruchnyk* [A systems approach to the management of social organizations: a textbook], Karavela, Kyiv, Ukraine.
5. Chapman, R. (2006), *Tools and techniques of enterprise risk management*, Wiley & Sons, Inc., Hoboken, USA.
6. Melnyk, M.I. et al. (2024), *Rezyliientnist endohennoho rozvytku rehioniv v umovakh hlobalnykh vyklykiv ta shokiv: monohrafiia* [Resilience of endogenous regional development in the context of global challenges and shocks: a monograph], Instytut rehionalnykh doslidzhen imeni M.I. Dolishnyoho NAN Ukrainy, Lviv, Ukraine.
7. Fernandes, J.R. and Chamusca, P. (2014), “Urban policies, planning and retail resilience”, *Cities*, vol. 36, pp. 170–177.
8. Hudson, R. (2010), “Resilient Regions in an Uncertain World: Wishful Thinking or a Practical Reality?”, *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, vol. 3, no. 1, pp. 11–25. <https://dx.doi.org/10.1093/cjres/rsp026>.
9. Melnyk, L.H. (2020), “Modern trends in the development of socio-economic systems”, *Mekhanizm rehuliuвання ekonomiky*, vol. 1, pp. 14.
10. Bulatova, O., Panchenko, V. and Ivaschenko, O. (2023), “Megatrends of international economic development and challenges to economic security: the potential of managing the policy of resilience and countering risks”, *Modeling the development of the economic systems*, vol. 2, pp. 215–222. DOI: <https://doi.org/10.31891/mdes/2023-8-29>.
11. Yoost, D.A. and Peterson, D.J. (2015), “Embracing Global Megatrends”, In *Practic*, [Online], available at: <https://www.longviewglobal.com/wp->

content/uploads/2015/10/HowMegatrendsShapeGlobalBusiness.pdf (Accessed 31 August 2025).

12. Shkurupii, O.V. and Samoilik, Yu.V. (2020), “Modern transformation of Ukraine's energy sector in the context of the Fourth Industrial Revolution”, *Prychornomorski ekonomichni studii*, vol. 60, no. 2, pp. 54–60, available at: http://bses.in.ua/journals/2020/60_2_2020/10.pdf (Accessed 31 August 2025).

13. Koppel, O. and Parkhomchuk, O. (2022), “ Megatrends of global development ”, *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Mizhnarodni Vidnosyny*, vol. 2, no. 56, pp. 10–15.

14. Naisbitt, J. (1982), *Megatrends – Ten New Directions. Transforming Our Lives*, Warner Books, New York, USA.

15. Hajkowicz, S.A., Cook, H. and Littleboy, A. (2012), *Our Future World: Global Megatrends. That Will Change the Way We Live. The 2012 Revision*, Commonwealth Scientific and Industrial Research Organization CSIRO, Australia.

16. Tinnilä, M. (2012), “A Classification of Service Facilities, Service Scapes and Service Factories”, *International Journal of Services and Operations Management*, vol. 11, no. 3, p. 9.

17. Hessel, V. (2014), “Megatrends – megascience?”, *Green Processing and Synthesis*, vol. 3, no. 2, pp. 99–100.

18. Valdivia, S. and Sonnemann, G. (eds.) (2024), *Life Cycle Sustainability Assessment: Handbook, Geography, Planning and Tourism*, <https://doi.org/10.4337/9781800378650>.

19. Linthorst, J. and Waal, A. (2020), “Megatrends and Disruptors and Their Postulated Impact on Organizations”, *Sustainability*, [Online], vol. 12, no. 20, available at: <https://doi.org/10.3390/su12208740> (Accessed 31 August 2025).

20. Batt, P.J. (2018), “Responding to the challenges presented by global megatrends”, *ISHS Acta Horticulturae 1205: International Symposia on Tropical and Temperate Horticulture – ISTTH2016*. DOI:10.17660/ActaHortic.2018.1205.1.

21. Hryhorov, O.V., Anischenko, H.O., Stryzhak, V.V., Petrenko, N.O., Turchyn, O.V. and Okun, A.O. (2019), "Global megatrends of humanity, the fourth industrial revolution and directions of development of the future economy", *Velyki dani. Zbirnyk naukovykh prats UkrDUZ*, vol. 184, pp. 79–91.
22. Trend One (2025), available at: <https://www.trendone.com/en/digital-tools/trend-universe#c599> (Accessed 31 August 2025).
23. Ivanechko, N.R., Protsyshyn, Yu.T. and Nykytychyn, T.V. (2020), "Digital technologies in retail: foreign and Ukrainian experience", *Ekonomika kharchovoi promyslovosti*, vol. 12, no. 1, <https://doi.org/10.15673/fie.v12i1.1671>
24. Chmil, H.L. (2021), *Adaptyvna povedinka subiektiv spozhyvchoho rynku v umovakh tsyfrovoi transformatsii ekonomiky: teoriia, metodolohiia ta praktyka: monohrafiia* [Adaptive behavior of consumer market entities in the conditions of digital transformation of the economy: theory, methodology and practice: a monograph], Ivanchenko, I.S., Kharkiv, Ukraine.
25. Andriishyna, O.O. and Shapoval, V.A. (2022), "Retail in the context of digitalization of society", *Economics Bulletin*, vol. 2, <https://doi.org/10.33271/ebdut/78.092>.
26. Hurzhii, N.M., Nazarova, S.O. and Vasylyna, O.R. (2024), "Digital economy and its impact on changing consumer habits and market strategies: digital transformation and institutional context", *Akademichni vizii*, vol. 30, available at: <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/1037> (Accessed 31 August 2025).
27. Naumova, T. and Akimova, N. (2024), "Imperatives for the development of network retail in the context of digital transformation of the economy", *Biznes-modeli dlia staloho rozvytku: vyklyky ta tsyfrova transformatsiia, tezy dopovidei Mizhnar. nauk.-prakt. konf. (15–16 liutoho 2024 r., m. Kharkiv, Ukraina)* [Business models for sustainable development: challenges and digital transformation: theses of reports of the International scientific and practical conference (February 15-16, 2024, Kharkiv, Ukraine)], *KhNU im. V.N. Karazina*, Kharkiv, Ukraine, pp. 273–275.

28. Shevchenko, A.V., Stelmashenko, O.O. and Marchuk, V.V. (2023), “Changes in consumer behavior in the context of the transformation of digital marketing communications”, *Problemy systemnoho pidkhodu v tsyfrovii ekonomitsi*, vol. 1, no. 90, pp. 44–53, available at: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2023-1-6>.

29. Bolila, S.Yu. (2024), “Innovative approaches and the latest technologies in solving problems in the retail sector as a factor in achieving competitive advantages”, *Tavriiskyi naukovi visnyk. Serii: Ekonomika*, vol. 20, pp. 51–60, available at: <http://www.tnv-econom.ksauniv.ks.ua/index.php/journal/article/download/513/480> (Accessed 31 August 2025).

30. Retail Economics (2023), “The Cut Back Economy 2023: A Widening Crisis”, available at: <https://www.retail economics.co.uk/retail-insights/thought-leadership-reports/the-cut-back-economy-2023-a-widening-crisis-within-the-retail-industry> (Accessed 31 August 2025).

31. Mehta, S., Saxena, T. and Purohit, N. (2020), “The New Consumer Behaviour Paradigm amid COVID-19: Permanent or Transient?”, *Journal of Health Management*, vol. 22, no. 2, pp. 291–301.

32. Karpenko, N.V. and Ivannikova, M.M. (2020), “The influence of the consumer’s type – physical or digital – on their behavioral characteristics”, *Ekonomichnyi visnyk DVNZ UDChTU*, vol. 2, no. 12, pp. 113–119.

33. Mavrina, M.I. (2018), “Evolution of consumer behavior and demand modeling approaches”, *Visnyk Odeskoho natsionalnoho universytetu. Serii: Ekonomika*, vol. 23, no. 7, pp. 205–211.

34. Lytovchenko, O., Diachek, V. and Mitin, M. (2024), “Transformation of business models of enterprises in the context of digitalization of the economy”, *Ekonomika ta suspilstvo*, vol. 69, <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-69-36>.

35. Raju, T.V.V.M., Veluri, K.K. and Venugopal, K. (2024), “Rural to Urban: Unraveling Consumer Behavior Changes in the Wake of Urbanization”, *International Journal of Innovative Research and Practices*, vol. 12, no. 3.

36. Blekking, J., Waldman, K., Davies, J., Kaputula, M., Nelson, E. and Robeson, S.M. (2023), “Rapid urbanization and uneven development of the food retail environment”, *Geoforum*, vol. 147, <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2023.103893>.
37. Dzyuba, Yu. (2024), “How grocery retail will evolve according to McKinsey & Company research”, available at: <https://rau.ua/personalii/julija-dzjuba-ritejl-atelie-dzyuba-jak-rozvivatimetsja-produktovij-ritejl-vidpovidno-doslidzhennja-mckinsey-company/> (Accessed 31 August 2025).
38. Serhiienko, O., Prokopovych, S., Tatar, M., Bilotserkivskyi, O. and Chernov, O. (2025), “EU demographics: global megatrends and opportunities for the retail sector”, *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, vol. 3, no. 62, pp. 515–534, <https://doi.org/10.55643/fcaptp.3.62.2025.4746>.
39. Kuchanskyi, O. (2024), “The current state of retail trade in Ukraine: a benchmark for improving management accounting”, *Ekonomika ta suspilstvo*, vol. 62, <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-62-36>.
40. Zavial’ova, M., Romaniuk, N. and Kovbas, H. (2024), “Current trends in consumer demand for products and services aimed at supporting a healthy lifestyle in the conditions of a creative economy”, *Ekonomika ta suspilstvo*, vol. 60, <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-105>.
41. Yu, W., Jacobs, M.A., Chavez, R. and Yang, J. (2019), “Dynamism, disruption orientation, and resilience in the supply chain and the impacts on financial performance: a dynamic capabilities perspective”, *Int. J. Prod. Econ.*, vol. 218, pp. 352–362.
42. Bezzubchenko, O.A. (2023), “Fragmentation of global value chains under the influence of current risks”, *Visnyk Mariupolskoho derzhavnoho universytetu. Ser.: Ekonomika*, vol. 26, pp. 84–95.

Стаття надійшла до редакції 06.09.2025 р.