

3. Federation of the Swiss Watch Industry FH. Statistics. Bienne: FH, 2023.

4. Global Innovation Index 2023. – Geneva: WIPO, 2023.

5. Касич А.О., Яковенко Я.Ю. Сучасні науково-теоретичні підходи до визначення сутності поняття стійкого розвитку. *Економіка та держава*. 2016. №10. С. 14–20.

ІНСТРУМЕНТИ СТАБІЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ В ІНДУСТРІЇ РИТЕЙЛУ

Кизлюк О.А., аспірант кафедри підприємництва, торгівлі і логістики
Соснов І.І., к.т.н, доцент кафедри підприємництва, торгівлі і логістики
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

В умовах економічної нестабільності ритейл опиняється серед секторів, які найшвидше реагують на зміни ринкової кон'юнктури, рівень споживчої активності та загальні економічні коливання. Така чутливість зумовлена високою залежністю від споживчого попиту, коливання цін на товари й матеріали, а також необхідністю постійного оновлення асортименту. Це створює потребу у впровадженні ефективних інструментів стабілізації, які дозволяють зменшувати вплив негативних економічних чинників та забезпечувати безперебійне функціонування бізнесу.

Серед ключових стабілізаційних заходів для ритейлу – оптимізація ланцюгів постачання, гнучкість у ціноутворенні, управління запасами та фінансовий менеджмент. У цій роботі аналізуються інструменти стабілізації, які допомагають ритейлерам адаптуватися до кризових умов, підвищуючи їхню конкурентоспроможність та стійкість на ринку.

Аналіз ключових тенденцій та закономірностей розвитку індустрії ритейлу в Україні демонструє значну трансформацію під впливом економічної нестабільності, технологічних змін та зміни споживчих уподобань [1; 2]:

1. Економічна адаптація і цінова гнучкість: нестабільність економічного середовища вимагає від ритейлерів впровадження гнучких цінових стратегій та

ефективного управління витратами. Підприємства оптимізують свої процеси, знижуючи витрати, щоб зберегти прибутковість на тлі зниження платоспроможності населення.

2. Бум онлайн-торгівлі та розвиток маркетплейсів: онлайн-торгівля залишається одним з основних драйверів розвитку ритейлу завдяки зручності та швидкості покупок. Маркетплейси, такі як Rozetka, Prom.ua та міжнародні платформи, активно розширюються, пропонуючи вигідні умови для малих і середніх підприємств, що прагнуть швидко інтегруватися у цифровий ринок.

3. Інвестиції в логістичну інфраструктуру: швидке зростання обсягів електронної комерції підвищує вимоги до логістики, що стимулює розвиток складів і логістичних центрів, особливо поблизу великих міст. Це дозволяє скорочувати час доставки, підвищуючи задоволеність клієнтів і конкурентоспроможність компаній.

4. Перевага локальних товарів: через зміну споживчих пріоритетів та бажання підтримати національну економіку, українські покупці все частіше обирають місцевих виробників. Локальні товари стають важливою складовою асортименту, що підсилює ідентичність бренду та підвищує лояльність клієнтів.

В табл. 1 висвітлено як краще зрозуміти виклики, з якими стикається українська індустрія ритейлу, та можливі шляхи їх подолання [3].

Таблиця 1

Проблеми розвитку індустрії ритейлу в Україні

Проблема	Опис	Наслідки	Можливі рішення
1	2	3	4
Економічна нестабільність	Нестабільні макроекономічні умови, високий рівень інфляції та валютні коливання.	Зниження платоспроможності населення, складність прогнозування попиту.	Розробка гнучких цінових стратегій, управління витратами, диверсифікація валютних ризиків.
Залежність від позикового фінансування	Високі ставки на кредити, обмежений доступ до капіталу для розширення бізнесу.	Зростання фінансових витрат, ризик неплатоспроможності.	Впровадження фінансових моделей для оптимізації капіталу, пошук інвесторів.
Низька купівельна спроможність	Низькі доходи населення обмежують попит на непродовольчі товари.	Зниження продажів, скорочення асортименту.	Орієнтація на локальних виробників, акцент на продуктах першої необхідності.

Продовження табл. 1

1	2	3	4
Недостатня логістична інфраструктура	Відсутність сучасних логістичних центрів, зокрема в регіонах.	Затримки в доставці, високі логістичні витрати.	Інвестиції в логістичну інфраструктуру, оптимізація ланцюгів постачання.
Нелегальна конкуренція та контрафакт	Поширення контрабанди і контрафактної продукції на ринку.	Погіршення якості продукції, зниження доходів легального бізнесу.	Посилення контролю, співпраця з правоохоронними органами для протидії контрафакту.

Отже, індустрія ритейлу в Україні перебуває на етапі активної трансформації, зумовленої економічними, технологічними та соціальними змінами. Незважаючи на ряд проблем, таких як економічна нестабільність, недостатня логістична інфраструктура, висока конкуренція та зниження купівельної спроможності, ритейл демонструє стійкість і здатність до адаптації. Зростання онлайн-торгівлі, інноваційні підходи до цифровізації, розвиток локальних брендів та орієнтація на сталий розвиток створюють нові можливості для галузі. Успіх ритейлерів в Україні залежатиме від їхньої здатності оперативно реагувати на ринкові виклики, впроваджувати ефективні бізнес-стратегії та відповідати потребам сучасних споживачів, орієнтуючись на довгострокову стабільність і сталий розвиток.

СПИСОК ВИКОРИТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Купалова Г., Гончаренко Н., & Шмалій Н. СВІТОВІ ТРЕНДИ РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ. *Development Service Industry Management*. 2024(1). 74–81. URL: [https://doi.org/10.31891/dsim-2024-5\(10\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2024-5(10))

2. Жовновач Р.І., Іванов А.З., Коловоротний С.А., Кузьм'як Ю.Й. Економічний аналіз і оцінка ефективності забезпечення діяльності мережевого ритейлу та збуту товарів. *Вісник економічної науки України*. 2023. № 1 (44). С. 86-92.

3. Лісіца В.В. Тенденції розвитку мережевого ритейлу в Україні в період пандемії COVID-19. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2020. No 2 (98). С. 24-34.