

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-70-104>

УДК 339.378

РОЗВИТОК ВІТЧИЗНЯНОЇ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

DEVELOPMENT OF DOMESTIC RETAIL TRADE: CURRENT TRENDS AND PERSPECTIVES

Чуприна Олена Оскарівна

доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри маркетингу та туризму,
Маріупольський державний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9252-8114>

Аракелова Інна Олександрівна

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу та туризму,
Маріупольський державний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9582-793X>

Попова Юлія Миколаївна

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри бізнес-логістики
та транспортних технологій,
Державний університет інфраструктури та технологій
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5246-1349>

Chupryna Olena, Arakelova Inna

Mariupol State University

Popova Yuliia

State University of Infrastructure and Technologies

Відзначено роль роздрібною торгівлі в розвитку національної економіки. Акцентовано увагу на тому, що умови воєнного стану значно змінили діяльність роздрібною торгівлі, яка працює в умовах жорсткої конкуренції, підвищеного ризику та непередбачуваності. Встановлено, що незважаючи на існуючі проблеми, після значного спаду під час повномасштабного вторгнення, галузь адаптувалась до складних умов роботи під час воєнного стану, продемонструвавши за результатами 2023 р. поступове зростання обсягу товарообороту та кількості працюючих в даній сфері суб'єктів господарювання. Досліджено специфіку функціонування та розвитку роздрібною торгівлі України. Встановлено основні тенденції, які склалися в даній сфері. Акцентовано увагу на глобальних очікуваннях і пріоритетах в галузі та сформовано перспективні напрями розвитку вітчизняної роздрібною торгівлі.

Ключові слова: роздрібна торгівля, ритейл, торгівельне підприємство, торгівельна мережа, роздрібний товарооборот, стратегія розвитку, цифрові технології.

The role of retail trade in the development of the national economy is noted. Attention is focused on the fact that the full-scale invasion, the conditions of martial law have significantly changed business activities. And modern retail operates in conditions of fierce competition, increased risk and unpredictability. It was established that despite the existing problems (loss of facilities in temporarily occupied territories, numerous shelling and destruction, logistical problems, decreased consumer demand, significant population migration, problems with electricity, etc.), after a significant decline during the full-scale invasion, the industry adapted to the difficult working conditions during martial law, demonstrating a gradual increase in the volume of trade turnover and, according to the results of 2023, increased it by 32.6%, exceeding the figure for 2021. And the number of business entities operating in this area increased by 8.1% compared to last year. The specifics of the functioning and development of retail trade in Ukraine have been studied. The main trends that have developed in this area as a reflection of modern global trends have been identified. Among them: diversification of formats

of trading enterprises, the spread of stores with a small area that sell goods of daily demand; the development of small branded retail chains of domestic manufacturers (local and regional); active use of marketing tools; emphasis on increasing the level of service; the growth of the role of network retail in the domestic FMCG market; the spread of the practice of selling food products and consumer goods under its own brands. Special attention is paid to increasing technological capabilities and the application of digital technologies. It has been established that the level of use of information and communication technologies by enterprises of the industry in 2023 was 88.5% and generally corresponds to the overall level in the country. This allowed the introduction of relevant innovations. Attention is focused on global expectations and priorities in the industry and promising development directions for domestic retail have been formed.

Keywords: retail trade, retail, trading enterprise, retail network, retail turnover, development strategy, digital technologies.

Постановка проблеми. Забезпечуючи потреби населення країни в різноманітних товарах і послугах, задовольняючи відповідний попит споживачів та виступаючи однією з найважливіших ланок економічних відносин, роздрібна торгівля є однією з ключових галузей національної економіки, яка впливає на рівень її розвитку.

Сучасні роздрібні торговельні підприємства працюють в умовах жорсткої конкуренції, підвищеного ризику та непередбачуваності, що вимагає від учасників ринку коригування власних стратегій, адаптації їх до вимог цільової аудиторії, що передбачає пошук нових форматів закладів, методів продажу, асортиментних позицій, розбудови ефективних комунікацій зі споживачами, підвищення якості обслуговування, запровадження інноваційних технологій тощо.

Зазначимо, що повномасштабна війна та умови воєнного стану спричинили додаткові виклики для розвитку економіки та, зокрема, роздрібної торгівлі через стрімке зниження обсягів продаж, втрату частини фізичних активів на тимчасово окупованих територіях та руйнування торговельних об'єктів і логістичної інфраструктури через численні обстріли з боку країни агресора, порушення ланцюгів постачання, зниження купівельної спроможності населення та ін.

Але слід вказати, що відслідковуючи глобальні тренди розвитку світової торгівлі, враховуючи існуючі умови функціонування вітчизняного бізнесу, незважаючи на нестабільність та ризикованість роботи в надзвичайно складних умовах воєнного стану, роздрібний ринок продовжує розвиватись, адаптуючись до зміни споживацької поведінки, нових викликів, запроваджуючи інноваційні рішення та технології. А підприємства галузі у 2023 р. досягли певних успіхів, перевищивши довоєнні обсяги продаж [1; 2, с. 209].

Отже, розуміння сучасних тенденцій розвитку даної сфери дозволить об'єктивно оцінити

наявний стан української роздрібної торгівлі в контексті існуючих викликів та загроз, сформувати перспективи реформування галузі. Це обумовлює актуальність та своєчасність тематики даного дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження питань розвитку вітчизняної роздрібної торгівлі входить до кола наукових інтересів багатьох дослідників. Серед них: Я. М. Антонюк [3], В. В. Апопій [4], С. А. Дави́мука [5], О. Ю. Кучанський [6], С. С. Лиса [7], І. П. Миколайчук [8], А. В. Щербак [9], І. М. Шиндировський [2] та ін. Науковці приділяють увагу аналізу роботи даної галузі, досліджують основні тенденції та закономірності її функціонування, оцінюють різні формати підприємств та інструменти підвищення якості обслуговування, відзначають основні проблеми та пропонують авторські погляди на їх вирішення.

Питання трансформацій в цій галузі на глобальному рівні знаходяться в полі зору Н. В. Гончаренко [10], Г. І. Купалової [10], Н. О. Слободянюк [11] та інших дослідників, які звертають увагу на світові тренди розвитку роздрібної торгівлі, очікувані тенденції та зосереджуються на тих підходах, які представляють інтерес для адаптації на вітчизняних теренах.

Акценти на розвитку сучасних технологій в сфері торгівлі, використання потенціалу цифрових новацій, зокрема штучного інтелекту, зроблено в роботах Л. О. Кирильєвої [12], Л. Ю. Кучер [13], Б. Г. Цурської [14] тощо.

Проблеми розвитку вітчизняної роздрібної торгівлі, основні тенденції та тренди висвітлені в численних аналітичних обзорах Асоціації ритейлерів України [15] та матеріалах Державної служби статистики України [1; 2].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Але, в сучасних умовах, для яких є характерними мінливість, нестабільність зовнішнього середовища та ризикованість роботи в умовах воєнного стану,

на тлі зростання внутрішньої конкуренції між суб'єктами господарювання, тенденції розвитку вітчизняної роздрібною торгівлі потребують додаткового опрацювання та актуалізації, що дозволить сформувати обґрунтовані перспективи її подальших трансформацій.

Формулювання цілей статті. Метою роботи є дослідження сучасних тенденцій розвитку вітчизняної роздрібною торгівлі та формування подальших перспектив з врахуванням існуючих викликів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Одними з найважливіших показників, здатних охарактеризувати сучасні тенденції в галузі, є динаміка роздрібного товарообороту, його структурні характеристики (в частині продажу продовольчої та непродовольчої товарної груп), розвиток об'єктів торгівлі та запровадження ними сучасних методів продаж та технологій тощо.

Так, дані Державної служби статистики України дозволяють констатувати, що після значного спаду під час повномасштабного вторгнення, підприємствам галузі вдалось адаптуватись до складних умов роботи під час воєнного стану, продемонструвавши поступове зростання обсягу роздрібною торгівлі (рис. 1).

Отже, за результатами 2023 р. роздрібний товарооборот збільшився на 32,6%, перевищивши навіть показник 2021 р., та сягнув позначки 1822 млрд. грн. (рис. 2).

В структурі товарообороту зазвичай преважувала реалізація непродовольчої товарної групи. За результатами 2021 р. її частка складала 56,9%. (34,5 % з них – вітчизняного походження). Серед продовольчих товарів, питома вага яких 43,1 %, частка продукції вітчизняних товаровиробників значно більша та складала 77,6 % [2]. Констатуємо, що починаючи з 2022 р., через умови, що склалися, згідно вимог чинного законодавства, відомості по означених показниках Державною службою статистики не оприлюднюються.

За даними Асоціації ритейлерів України, у 2023 р. 45% роздрібного товарообороту забезпечили підприємства, які працюють на ринках продовольства та палива (5376 продовольчих магазинів та 1441 автозаправних комплекси) [15], що пояснюється споживанням стратегічно важливих товарних груп, пов'язаних з продовольчою безпекою та можливістю переміщення. А серед найбільших учасників ринку відзначаються такі підприємства, як: «АТБ», «Сільпо», «Епіцентр», «ОККО» та «МХП».

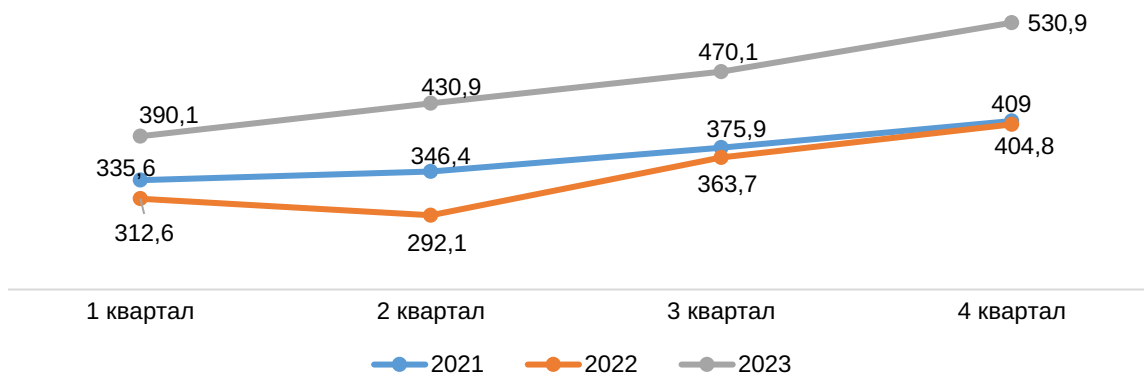


Рис. 1. Динаміка обороту роздрібною торгівлі по кварталам (2021–2023 рр.), млрд. грн.
Джерело: побудовано за даними [1]

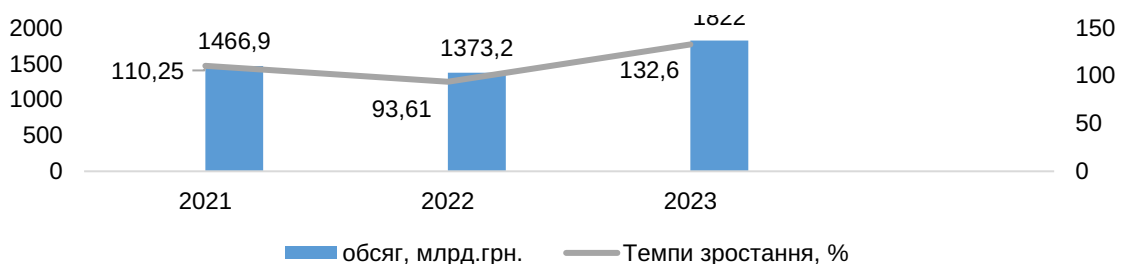


Рис. 2. Динаміка роздрібного товарообороту за 2021–2023 рр. та темпи його змін
Джерело: побудовано за даними [1]

Безумовно, повномасштабне вторгнення, умови воєнного стану значно змінили діяльність бізнесу, зокрема і роздрібною торгівлі.

Через втрату об'єктів на тимчасово окупованих територіях, численні обстріли та руйнування, логістичні проблеми, зниження купівельного попиту з боку споживачів, значну міграцію населення (як внутрішню та зовнішню), проблеми з електрикою та ін. в лютому-березні 2022 р. значна кількість магазинів вимушена була зачинитись. Але вже в другому кварталі, адаптуючись до наявних викликів та ризиків, підприємства торгівлі поступово відновили свою діяльність.

Так, за результатами опитування RAU EXPO – 2023, яке здійснювалось серед членів Асоціації ритейлерів України, відзначається, що у 2023 р. залишаються непрацюючими лише 0,4% об'єктів торгівлі (на 28,6% менше, ніж було на початку війни), які розташовані переважно на небезпечних територіях, близько до лінії фронту. Крім того, існує позитивна тенденція щодо відкриття нових закладів (за 7 місяців 2023 р. – 994 одиниці в сфері роздрібною торгівлі різними товарними групами) [15]. Слід зауважити, що частка членів асоціації на роздрібному ринку – 64%, але структурно вона представлена найбільшими вітчизняними роздрібними мережами, що віддзеркалюють існуючі тенденції розвитку даної сфери.

Тенденції щодо відновлення галузі підтверджується і даними Державного комітету статистики України, відповідно до яких кількість суб'єктів господарювання, працюючих в даній сфері, у 2023 р. збільшилась на 8,1 % в порівнянні з минулим роком (до 71,6 тис. од.), зокрема питома вага підприємств зросла на 0,9 % [2, с. 209].

Дослідження специфіки функціонування та розвитку роздрібною торгівлі України дозволили виокремити певні тенденції, які склалися в даній сфері як віддзеркалення сучасних глобальних трендів, з врахуванням існуючих викликів, ризиків та загроз на вітчизняному роздрібному ринку. Серед них:

– диверсифікація форматів торговельних підприємств, які працюють на сучасному роздрібному ринку, задля максимального охоплення різних сегментів. Серед них: гіпер- та супермаркети, моли, торгові центри, універмаги, міні-маркети та інші, які відрізняються площею, широтою та глибиною асортименту, методами продаж, спектром додаткових послуг, локацією та наближеністю до покупця;

– трансформації форматів торговельних підприємств, активне поширення магазинів з невеликою площею [9, с.54], спрямованих на реалізацію товарів першої необхідності та щоденного попиту (так званих «біля дому» та міні-маркетів), відкриття яких, навіть торговельними мережами, дозволяє урізноманітнити методи продаж, залучити найбільшу кількість споживачів, максимально наближуючись до покупця. Серед них, торговельні підприємства компанії «Fozzy Group» (наприклад, Фора), «Ашан» («Мій Ашан») та інші;

– продовження розвитку невеликих фірмових торговельних мереж вітчизняних виробників, зокрема місцевих та регіональних;

– активне використання торговими підприємствами та мережами маркетингових інструментів, здатних підвищити лояльність споживачів (бонусних, клубних карток; знижок тощо);

– акцент на збільшенні рівня сервісного обслуговування та розширенні переліку послуг (на платній та безплатній основі), здатних підвищити конкурентоспроможність підприємства;

– поширення мережевої торгівлі (як національного так і регіонального масштабу) та її присутності на роздрібному ринку [6]. Зазначимо, що саме ці суб'єкти бізнесу характеризуються стандартизацією бізнес-процесів, формуванням корпоративної культури, здатні підвищити рівень обслуговування покупців, забезпечити реалізацію товарів за конкурентоспроможними цінами, організувати власну діяльність на основі логістичних принципів та активно використовувати сучасні технології та маркетингові інструменти (в т. ч. здійснювати маркетингові дослідження). Серед найбільших мереж: «Сільпо», «Епіцентр», «АТБ», «Novus», «Метро»;

– зростання ролі мережевого ритейлу на вітчизняному ринку FMCG, підвищення його конкурентоспроможності. Так, за даними агенції Pro-Consulting, мережі «Novus» та «Фора» за результатами 2023 р. підвищили товарооборот на 39 та 52 % відповідно, АТБ та «Сільпо» – на 21 та 22 % «Ашан» – на 3 % [16];

активне поширення практики запровадження торговельними підприємствами, переважно, мережевими структурами, реалізації товарів (продуктів харчування та товарів широкого вжитку) під власними торговельними марками, що дозволяє запропонувати покупцям конкурентоспроможну якісну продукцію за прийнятною ціною. Наприклад, «Премія»

у «Fozzy Group»; «Aro», «Fine Food», «Metro chef» для «Метро»; «Своя лінія», «Розумний вибір» - для «АТБ» та ін. Здійснення ребрендингу для підвищення інтересу та попиту споживачів;

– зосередження підприємств роздрібною торгівлі на підвищенні рівня технологічності та активному застосуванні цифрових технологій в бізнесі, що сприяє залученню цільових сегментів та персоналізації відносин з ними, підвищенню якості обслуговування та організації торгівлі, формуванню сучасних підходів до управління бізнес-процесами. Це підтверджують і дані Державної служби статистики України, за якими рівень використання інформаційно-комунікаційних технологій у 2023 р. склав 88,5 %, в цілому відповідаючи загальному по країні. (табл. 3).

При цьому частка підприємств галузі, які купували послуги хмарних обчислень у 2022 р. склала 11,1 %, незначно знизившись (на 0,2 %) в порівнянні з минулим роком та перевищивши загальний національний показник на 1,3 % [2, с. 197]. Нажаль, через відсутність розрахунків цього показника у 2023 р. (відповідно до затвердженої статистичної методології, якою керується Державна служба статистики України), порівняння більш актуальних відомостей в динаміці представляється неможливим.

Серед прикладів ефективного застосування цифрових новацій вважаємо доцільним звернути увагу на такі, як: впровадження електронного документообігу, систем взаємодії зі споживачами (CRM – *Customer Relationship Management*) та партнерами (PRM – *Partner Relationship Management*) («АТБ», «METRO Cash & Carry», «Auchan»; компанія «Fozzy Group» тощо); використання POS-матеріалів з QR-кодами, які дозволяють покупцям за допомогою смартфона завітати на сайт торгової мережі для залишення від-

гуків (наприклад, мережа міні-маркетів «Мій Ашан»); поширення кас самообслуговування (супермаркети «Велика кишеня», «Auchan»; «Novus», «АТБ», «Сільпо», «Епіцентр») та започаткування досвіду відкриття магазинів, здатних працювати без касирів («Auchan»); створення роздрібними мережами власних онлайн-магазинів («Metro Cash & Carry», «Auchan», «Novus», «АТБ», «Сільпо» та ін.); застосування чат-ботів у месенджерах для інформування покупців («Novus», «Сільпо», «Vagus») тощо.

Безумовно, існуючи тенденції розвитку вітчизняної роздрібною торгівлі, які базуються на певних організаційно-управлінських підходах, що застосовують підприємства, та запровадженні новацій, створюють відповідні можливості та перспективи для галузі.

В цьому контексті вважаємо цілком слушним звернути увагу на глобальні прогнози та очікування на 2024 та найближчі роки. Незважаючи на існуючі невизначеності, очікування експертів є доволі оптимістичними, а серед ключових пріоритетів розвитку світового ритейлу визначаються такі, як: «...управління інфляційним навантаженням та зниження витрат; підвищення стійкості ланцюга поставок; розвиток з врахуванням екологічної стійкості; збільшення частки ринку; збереження або збільшення операційної прибутковості» [17].

Враховуючи означені глобальні перспективи, зважаючи на існуючі умови та тренди, які склались у вітчизняній галузі, серед основних перспектив її розвитку представляється доцільним звернути увагу на наступні:

– поширення стратегії омніканальності, що уможливорює поєднання розмаїття каналів комунікацій з різними цільовими аудиторіями в єдину систему та їх інтеграція в діяльність підприємств (фізичні магазини, онлайн торгівля, мобільні додатки тощо);

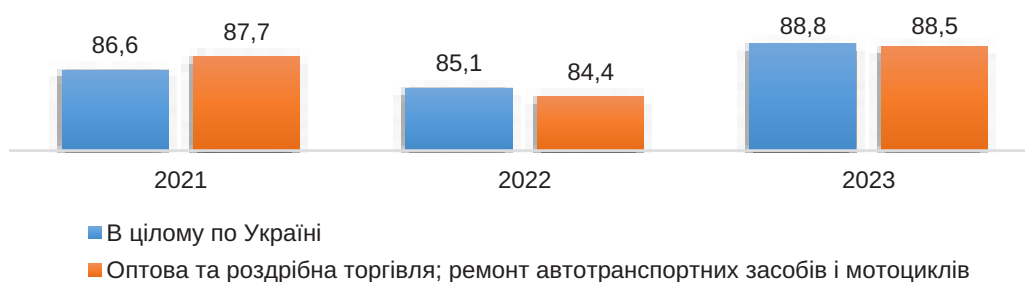


Рис. 3. Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах, % до загальної кількості підприємств

Джерело: побудовано за даними [2, с. 197]

– продовження інтеграції цифрових новацій, зокрема, штучного інтелекту, в різні бізнес-процеси, що дозволить підвищити ефективність взаємовідносин з постачальниками, покращити якість обслуговування покупців, персоналізувати відносини з ними;

– подальше використання сучасних форм та методів продаж; активізація маркетингової діяльності в соціальних мережах та проведення маркетингових досліджень;

– активізація співпраці з місцевими товаровиробниками, що дозволить урізноманітнити асортиментні пропозиції та підтримати національну економіку;

– використання зелених технологій в торгово-технологічному процесі, приділення уваги екологічним товарам, що впливатиме на репутацію та конкурентоспроможність підприємств та ін.

Висновки. Задовольняючи потреби споживачів у товарах та послугах, роздрібна торгівля відіграє значну роль в процесах розвитку національної економіки. Війна змінила роботу всіх галузей економіки і негативно

позначилась на функціонуванні роздрібної торгівлі. Результати досліджень існуючих тенденцій в галузі дозволили констатувати, що попри складні умови, вітчизняний роздрібний сектор розвивається, адаптуючись до існуючих умов воєнного стану, викликів та ризиків, враховуючи глобальні тенденції в цій сфері на тлі внутрішньої конкуренції та зміни споживчих вподобань, намагаючись працювати для своєї цільової аудиторії та підтримати власну конкурентоспроможність.

Акцентуємо увагу на тому, що існуючі тенденції розвитку вітчизняної роздрібної торгівлі, що базуються на певних організаційно-управлінських підходах, які застосовують підприємства, та запровадженні новацій, створюють відповідні можливості та перспективи для галузі.

Але, практична реалізація означених векторів потребує від господарюючих суб'єктів вирішення комплексу задач та формування відповідних механізмів за кожним з напрямів, що складатиме перспективи подальших наукових досліджень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Оптовий та роздрібний товарооборот підприємств оптової та роздрібної торгівлі у січні – червні 2023. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ_2023/sr/roz/arh_roz23_u.html (дата звернення: 12.07.2024).
2. Статистичний щорічник України – 2023; за ред. І.Є Вернера. Київ : Державна служба статистики України, 2024. 269 с.
3. Антонюк Я. М., Шиндировський І. М. Тенденції розвитку ритейлу в Україні. *Підприємництво і торгівля*. 2019. Вип. 24. С. 22–30. DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2019-24-03>
4. Апопій В. В. Актуальні проблеми розвитку внутрішньої торгівлі України. *Торгівля, комерція, підприємництво: збірник наукових праць*. 2015. Вип. 18. С. 5-11.
5. Інноваційний розвиток підприємств сфери торгівлі: світові тенденції та практика в Україні : монографія / [С. А. Давимука, Л. І. Федулова, Н. М. Попадинець та ін.; за заг. ред. С. А. Давимуки]; ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України». Львів, 2016. 432 с.
6. Кучанський О. Сучасний стан роздрібної торгівлі в Україні: орієнтир для удосконалення управлінського обліку. *Економіка та суспільство*. 2024. № 62. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-62-36>
7. Лиса С. С. Класифікація форматів та особливості розвитку роздрібної торгівлі України. *Вісник Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського*. 2017. Вип. 15. С. 254–258.
8. Миколайчук І. П., Силкіна Ю. О. Сучасні тренди розвитку мережевого ритейлу в Україні. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки*. 2019. Вип. 57. С. 39–46. DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2019-57-06>.
9. Щербак А. Роздрібні торговельні мережі в Україні: тенденції розвитку та проблеми домінування. *Економіка: реалії часу*. 2022. № 4 (62). С. 52–59.
10. Купалова Г., Гончаренко Н., Шмалій Н. Світові тренди розвитку роздрібної торгівлі. *Development Service Industry Management*. 2024. № 5. С. 74–81. DOI: [https://doi.org/10.31891/dsim-2024-5\(10\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2024-5(10))
11. Слободянюк Н. О., Юнацький М. О., Сіраш С. С. Огляд сучасних тенденцій розвитку торгівлі в Україні та світі. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2019. Вип. 25. Ч. 2. С. 128–132
12. Кирильєва Л., Поливана Л., Кащена Н., Наумова Т., Акімова Н. Організаційні аспекти формування інформаційно-аналітичного сервісу управління підприємствами торгівлі в період цифровізації. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*. 2023. № 3(50). С. 127–138. DOI: <https://doi.org/10.55643/fcaptp.3.50.2023.3996>

13. Кучер Л. Ю., Русин-Гриник Р. Р., Парасюк О. В. Сутність і види ритейлу як середовища розвитку е-комерції. *Ефективна економіка*. 2023. № 11. DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.11.20>
14. Цурська Б. Зміни формату підприємств ритейлу під впливом факторів макро-маркетингового середовища. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2022. № 6. Том 2. С. 150-159. DOI: [https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-312-6\(2\)-27](https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-312-6(2)-27)
15. Відновлення і трансформація роздрібної торгівлі під час війни. RAU Analytics. URL: <https://rau.ua/povyni/torgovelni-merezhi-17-misjaciv/> (дата звернення: 24.09.2024).
16. Ринок FMCG в Україні: збільшення обороту на 25 % у 2023 році. URL: <https://pro-consulting.ua/pressroom/rynok-fmcg-v-ukraini-uvlichenie-oborota-na-25-v-2023-godu> (дата звернення: 25.10.2024).
17. Deloitte Global Retail Outlook 2024 URL: <https://www.deloitte.com/content/dam/assets-shared/docs/industries/consumer/2024/global-retail-outlook-2024.pdf>. (дата звернення: 10.11.2024).

REFERENCES:

1. Ukrstat. (2023). Optovyi ta rozdrubnyi tovaroorobot pidpriemstv optovoi ta rozdrubnoi torhivli u sichni – chervni 2023. [Wholesale and retail turnover of wholesale and retail trade enterprises in January – June 2023]. Retrieved from https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2023/sr/roz/arh_roz23_u.html (accessed 12.07.2024). [in Ukrainian].
2. Verner, I. Ie. (2024). *Statystychnyi shchorichnyk Ukrainy – 2023* [Statistical Yearbook of Ukraine – 2023]. Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 269 p. [in Ukrainian].
3. Antoniuk, Ya. M., Shyndyrovskiy, I. M. (2019). Tendentsii rozvytku ryteilu v Ukraini [Trends in the development of retail in Ukraine]. *Pidpriemnytstvo i torhivlia*, 24, 22–30. DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2019-24-03>. [in Ukrainian].
4. Apopii, V. V. (2015). Aktualni problemy rozvytku vnutrishnoi torhivli Ukrainy [Current problems in the development of domestic trade in Ukraine]. *Torhivlia, komertsii, pidpriemnytstvo: zbirnyk naukovykh prats*, 18, 5–11. [in Ukrainian].
5. Davymuka, S. A. et al. (2016). *Innovatsiyni rozvytok pidpriemstv sfery torhivli: svitovi tendentsii ta praktyka v Ukraini: monohrafiia; za zah. red. S. A. Davymuky* [Innovative development of enterprises in the sphere of trade: world trends and practice in Ukraine: monograph]; DU “Instytut rehionalnykh doslidzhen imeni M. I. Dolishnoho NAN Ukrainy”. Lviv. 432 p. [in Ukrainian].
6. Kuchanskiy, O. (2024). Suchasnyi stan rozdrubnoi torhivli v Ukraini: oriientyr dlia udoskonalennia upravlinskoho obliku [The current state of retail trade in Ukraine: a guideline for improving management accounting]. *Ekonomika ta suspilstvo*, 62. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-62-36>. [in Ukrainian].
7. Lysa, S. S. (2017). Klasyfikatsiia formativ ta osoblyvosti rozvytku rozdrubnoi torhivli Ukrainy [Classification of formats and features of the development of retail trade in Ukraine]. *Visnyk Mykolaivskoho natsionalnoho universytetu imeni V. O. Sukhomlynskoho*, 15, 254–258. [in Ukrainian].
8. Mykolaichuk, I. P., Sylkina, Yu. O. (2019). Suchasni trendy rozvytku mrezhevoho ryteilu v Ukraini [Modern trends in the development of network retail in Ukraine]. *Visnyk Lvivskoho torhovelno-ekonomichnoho universytetu. Ekonomichni nauky*, 57, 39–46. DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2019-57-06>. [in Ukrainian].
9. Shcherbak, A. (2022). Rozdrubni torhovelni mrezhi v Ukraini: tendentsii rozvytku ta problemy dominuvannia [Retail chains in Ukraine: development trends and problems of dominance]. *Ekonomika: realii chasu*, 4 (62), 52–59. [in Ukrainian].
10. Kupalova, H., Honcharenko, N., Shmalii, N. (2024). Svitovi trendy rozvytku rozdrubnoi torhivli [Development Service Industry Management]. *Development Service Industry Management*, 5, 74–81. DOI: [https://doi.org/10.31891/dsim-2024-5\(10\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2024-5(10)). [in Ukrainian].
11. Slobodianiuk, N. O., Yunatskyi, M. O., Sirash, S. S. (2019). Ohliad suchasnykh tendentsii rozvytku torhivli v ukraini ta sviti [Review of modern trends in trade development in Ukraine and the world]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Serii: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo*, 25, 2, 128-132. [in Ukrainian].
12. Kyrylieva, L., Polyvana, L., Kashchena, N., Naumova, T., Akimova, N. (2023). Orhanizatsiini aspekty for-muvannia informatsiino-analitychnoho servisu upravlinnia pidpriemstvamy torhivli v period tsyfrovizatsii [Organizational aspects of the formation of information and analytical service for the management of trade enterprises in the period of digitalization]. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 3 (50), 127–138. DOI: <https://doi.org/10.55643/fcaptp.3.50.2023.3996>. [in Ukrainian].
13. Kucher, L. Yu., Rusyn-Hrynyk, R. R., Parasiuk, O. V. (2023). Sutnist i vydy ryteilu yak seredovishcha rozvytku e-komertsii [The essence and types of retail as an environment for the development of e-commerce]. *Efektivna ekonomika*, 11. DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.11.20>. [in Ukrainian].

14. Tsurska, B. (2022). Zminy formatu pidpriemstv ryteilu pid vplyvom faktoriv makro-marketyngo-voho seredovyshcha [Changes in the format of retail enterprises under the influence of macro-marketing environment factors]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky*, 6, 2, 150–159. DOI: [https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-312-6\(2\)-27](https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-312-6(2)-27). [in Ukrainian].
15. Rau. (2023). Vidnovlennia i transformatsiia rozdribnoi torhivli pid chas viiny. RAU Analytics. [Restoration and transformation of retail trade during the war. RAU Analytics]. Retrieved from <https://rau.ua/novyni/torgovelni-merezhi-17-misjaci/> (accessed 24.09.2024). [in Ukrainian].
16. Pro-Consulting (2024). Rynok FMCG v Ukraini: zbilshennia oborotu na 25 % u 2023 rotsi [FMCG market in Ukraine: 25% increase in turnover in 2023]. Retrieved from <https://pro-consulting.ua/pressroom/rynok-fmcg-v-ukraine-uvelichenie-oborota-na-25-v-2023-godu> (accessed 25.10.2024). [in Ukrainian].
17. Deloitte. (2024). Deloitte Global Retail Outlook 2024. Retrieved from <https://www.deloitte.com/content/dam/assets-shared/docs/industries/consumer/2024/global-retail-outlook-2024.pdf> (accessed 10.11.2024).