

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-72-165>

УДК 339.1

РИНОК РИТЕЙЛУ В УКРАЇНІ: АНАЛІЗ ПОТОЧНОГО СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

RETAIL MARKET IN UKRAINE: ANALYSIS OF THE CURRENT STATE AND DEVELOPMENT PROSPECTS IN A TRANSFORMATIONAL ECONOMY

Шапка Ірина Віталіївна

аспірантка,

Український державний університет науки і технологій
ННІ «Український державний хіміко-технологічний університет»ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1171-6445>**Shapka Iryna**Ukrainian State University of Science and Technology
NRI «Ukrainian State University of Chemical Technology»

Стаття присвячена аналізу сучасного стану ринку ритейлу в Україні в умовах трансформаційної економіки. Висвітлено його структуру, місце у підприємницькій діяльності, а також значення для формування бюджетних надходжень. Проаналізовано сегментну структуру ринку ритейлу з акцентом на домінуванні малого та середнього бізнесу, динаміку роздрібного товарообігу та його соціальне значення як одного з провідних секторів зайнятості. Розглянуто основні напрями подальшого розвитку галузі, зокрема цифровізацію бізнес-процесів, розширення омніканальних форматів, управління асортиментом і впровадження принципів сталого розвитку. Запропоновано структурований перелік прикладних підходів до розвитку ритейлу, здатних сприяти підвищенню ефективності функціонування підприємств роздрібної торгівлі та посиленню їх конкурентних позицій у національній економіці.

Ключові слова: ритейл, роздрібна торгівля, зайнятість, кадрова політика, підприємництво, конкурентоспроможність.

The article is devoted to the analysis of the current state of the retail market in Ukraine under conditions of a transformational economy. The relevance of the topic is driven by the growing significance of retail in the structure of the national economy, its substantial role in employment generation, tax revenue contribution, and the need to adapt to changes in consumer behavior, technological innovation, and broader economic transformation. The aim of the study is to conduct a comprehensive analysis of the current state of the industry, identify key challenges and development trends, and formulate practical recommendations to enhance the efficiency of retail enterprises, taking into account the role of human capital and evolving consumer and technological demands. The methodological basis of the study includes general scientific methods of analysis and synthesis, comparative and statistical analysis, and graphical representation of structural changes. The study provides a comprehensive analysis of the key characteristics of Ukraine's retail market. Specifically, it examines the structure of the sector in the context of entrepreneurship, revealing a significant share of enterprises engaged in retail trade, as well as the predominance of small and medium-sized businesses among economic entities. The dynamics of retail turnover in recent years are analyzed, reflecting the sector's adaptation to challenging operational conditions, including economic disruptions, shifting consumer priorities, and digital transformation. The segmental structure of the market highlights the growing importance of specific areas such as pharmaceutical, food, electronics, and fashion retail, underscoring the need for differentiated development approaches. Particular attention is given to the contribution of retail to employment, emphasizing its leading role as one of the largest employers in Ukraine's economy, and to its share in national tax revenues. Based on the identified trends and challenges, the article proposes a structured set of applied instruments, including the implementation of digital technologies, development of omnichannel service formats, improvement of personnel policies, systematic assortment management, loyalty programs, and enhancement of

ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ

corporate environmental and social responsibility. The practical value of the article lies in the potential application of its findings and recommendations for improving management decisions in the retail sector, particularly in the context of adapting to economic transformation.

Keywords: retail, retail trade, employment, personnel policy, entrepreneurship, competitiveness.

Постановка проблеми. У сучасних умовах трансформаційної економіки ринок ритейлу в Україні зазнає суттєвих змін під впливом як внутрішніх, так і зовнішніх факторів. З одного боку, зростає конкуренція, відбувається цифровізація бізнес-процесів, змінюється споживча поведінка, що створює нові можливості для розвитку галузі; з іншого – нестабільність економіки, інфляційні ризики, зниження купівельної спроможності населення та логістичні труднощі ускладнюють ефективне функціонування підприємств роздрібної торгівлі. У таких умовах актуалізується потреба в комплексному аналізі поточного стану галузі та пошуку ефективних управлінських рішень для адаптації до нових викликів.

Водночас ключовим фактором, що визначає результативність діяльності суб'єктів ринку ритейлу, залишається людський капітал – персонал, який безпосередньо формує якість сервісу, забезпечує стабільність операційних процесів і комунікацію з клієнтами. Проблеми низької кваліфікації працівників, їх висока плинність, зниження мотивації, відсутність відповідності між наявними компетенціями й вимогами ринку, а також відсутність довгострокової системної політики в управлінні персоналом істотно знижують конкурентні переваги українських компаній. За таких умов зростає потреба в науково обґрунтованих підходах до вдосконалення кадрової політики, орієнтованої на розвиток персоналу як основного чинника стійкості й конкурентоспроможності ритейлу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Значна кількість науковців приділяє належну увагу вивченню сфери ритейлу, зокрема дослідженню генезису поняття, класифікації його видів, а також ідентифікації ключових факторів, що впливають на формування та розвиток роздрібної торгівлі в національному економічному просторі. Науковець В. Д. Кельман зазначає, що ритейл у загальному розумінні ототожнюється з роздрібною торгівлею, оскільки передбачає продаж товарів кінцевим споживачам у невеликих обсягах. Водночас у вузькому значенні ритейл має динамічний зміст і охоплює лише частину сфери роздрібної торгівлі, зосереджену на масових продажах [1, с. 151–152]. Ніколайчук О. А. та

Костакова Л. Д. класифікують ритейлерів в Україні за секторальною ознакою, виокремлюючи три основні групи: food-ритейлери, що спеціалізуються на реалізації продуктів харчування та напоїв (супермаркети, гіпермаркети, дискаунтери, конвенієнс-стори); non-food-ритейлери, які пропонують непродовольчі товари, зокрема одяг, взуття, косметичку, електроніку, меблі (спеціалізовані магазини, гіпермаркети тощо); та mixed-ритейлери, асортимент яких охоплює як харчову, так і непродовольчу продукцію, що характерно, наприклад, для гіпермаркетів і супермаркетів змішаного типу [2, с. 53]. На думку Терещенка С. І. та Гримайло О. В., класифікація ритейлерів в Україні за каналами продажу передбачає виділення трьох основних типів: offline-ритейлери, які здійснюють реалізацію товарів через фізичні торговельні точки (усі традиційні формати роздрібної торгівлі); online-ритейлери, що працюють винятково через інтернет-канали – зокрема онлайн-магазини, маркетплейси, соціальні мережі; та omnichannel-ритейлери, які інтегрують онлайн- та офлайн-канали, забезпечуючи зручність покупки, комунікації та доставки для споживача через різні точки взаємодії [3, с. 284]. Крім того, значна увага у наукових дослідженнях приділяється аналізу сучасного стану ринку ритейлу, тенденцій його розвитку, визначенню ключових чинників впливу на динаміку галузі, вивченню поведінки споживачів, трансформації бізнес-моделей, впровадженню інноваційних технологій, оцінці регуляторного середовища, а також ролі персоналу та управлінських стратегій у забезпеченні стійкості та конкурентоспроможності підприємств роздрібної торгівлі [4–9]. З огляду на постійні зміни в економічному середовищі, трансформацію споживчих потреб, розвиток цифрових технологій та зростаючу конкуренцію в ритейлі, актуалізується потреба в системному моніторингу та перегляді підходів до функціонування підприємств роздрібної торгівлі, що й зумовило вибір теми дослідження.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Ціллю статті є здійснення комплексного аналізу поточного стану ринку ритейлу в Україні, виявлення основних викликів і тенденцій його розвитку в умовах

трансформаційної економіки, а також формування практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності функціонування підприємств роздрібною торгівлі з урахуванням ролі людського капіталу та змін у споживчих і технологічних вимогах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Структура підприємницької діяльності в Україні станом на 2024 рік (рис. 1) демонструє домінування роздрібною торгівлі (25,7 %), що свідчить про її провідну роль в національній економіці. Такий показник є відображенням стабільного попиту на товари повсякденного вжитку, високої інтенсивності ділової активності в галузі, а також широкого залучення малого та середнього бізнесу до процесів товарообігу.

Ринок ритейлу України характеризується сегментованою структурою з різною динамікою розвитку окремих напрямів (рис. 2). Найбільшу частку займає аптечний ритейл (36 %), що зумовлене підвищеним попитом на медичні препарати, засоби догляду за здоров'ям і загальною тенденцією до усвідомленого споживання. Продовольчий сегмент (21 %) представлений супермаркетами, гіпермаркетами та магазинами формату «біля дому», що забезпечують задоволення базових потреб населення. Непродовольчий ритейл (18 %) охоплює товари повсякденного вжитку, побутову хімію, меблі, текстиль та інші категорії. Магазины техніки та електроніки (9 %) активно функціонують як в офлайн-, так і в онлайн-форматах, реагуючи на цифровізацію споживання. Сегмент автозаправних комплексів (8 %) поєднує реалізацію пального з продажем супутніх товарів і сервісів.

Ювелірний ритейл (4 %), попри відносно невелику частку, зберігає стійкість за рахунок подарункового попиту й інвестиційної привабливості. Fashion-сегмент (3 %) включає одяг, взуття та аксесуари від національних і міжнародних виробників. Найменшу частку посідає торгівля будівельними матеріалами (1 %), розвиток якої тісно пов'язаний із загальною активністю у сфері будівництва.

Упродовж 2021–2023 років структура підприємницького сектору України демонструє стабільну перевагу малого бізнесу, який посідає понад 94% у загальній кількості зареєстрованих підприємств (табл. 1). Зокрема, у 2021 році малі підприємства становили 95,04% від загальної кількості, у 2022 році – 94,08%, а у 2023 – 94,67%. Частка середнього бізнесу за цей період коливалася в межах 4,80% у 2021 році, 5,74% у 2022 та 5,15% у 2023 році. Натомість великі підприємства традиційно займають незначну частку – від 0,16% до 0,19%. Такий розподіл засвідчує значущість малого і середнього бізнесу в економічній системі країни, зокрема у сфері ритейлу, де ці підприємства забезпечують гнучкість, інноваційність і стійкість до змін ринкового середовища.

Згідно з даними Державної податкової служби України за 2024 рік найбільшу частку у структурі надходжень до Зведеного бюджету забезпечили суб'єкти господарювання, що здійснюють діяльність у сфері оптової та роздрібною торгівлі, ремонту автотранспортних засобів і мотоциклів – 20,6 % від загального обсягу сплачених податків, зборів та обов'язкових платежів [13]. Такий показник свідчить про вагомий внесок роздрібною



Рис. 1. Структура підприємницької діяльності в Україні, %

Джерело: сформовано автором на основі [10]

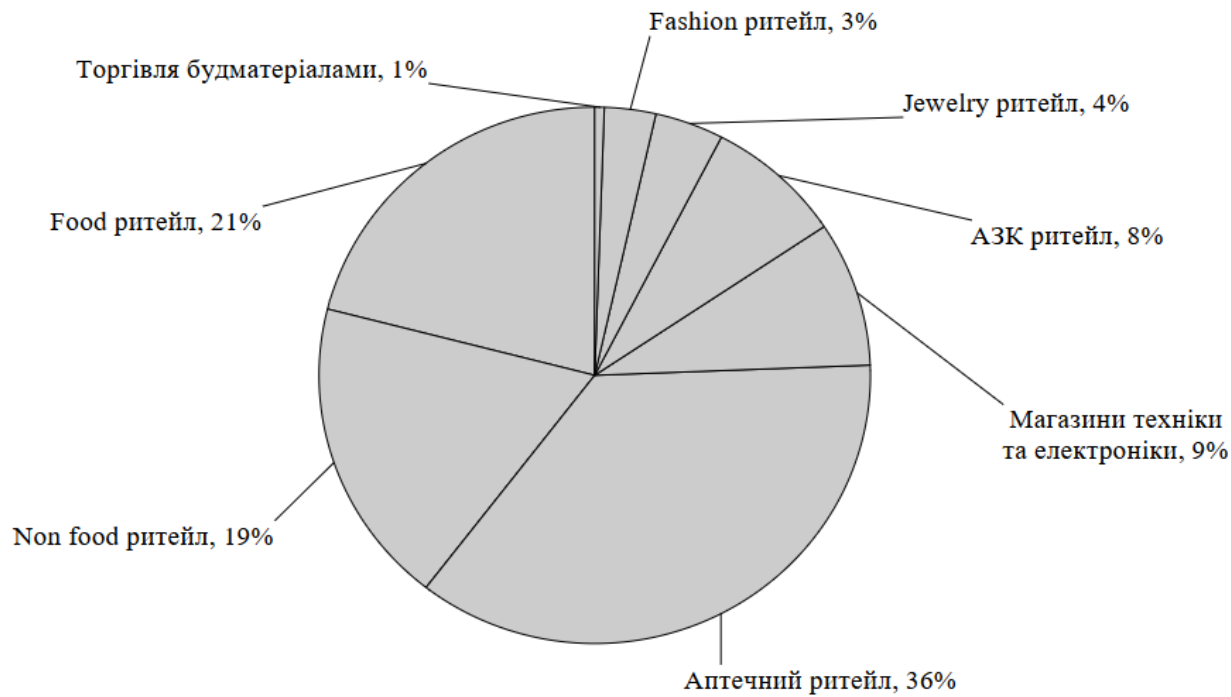


Рис. 2. Структура ринку ритейлу України
Джерело: сформовано автором на основі [11]

Таблиця 1
Кількість суб’єктів великого, середнього та малого підприємництва на території України за 2021–2023 роки

Рік	Усього, од.	Підприємства, од.				
		Великі	%	Середні	%	Малі
2021	371143	610	0,164	17811	4,799	352722
2022	262189	494	0,188	15037	5,735	246658
2023	277543	502	0,181	14296	5,151	262745

Джерело: сформовано автором на основі [12]

торгівлі в забезпечення бюджетної стабільності держави, що підкреслює її ключову роль в економічній системі країни.

Упродовж 2021–2024 років ринок роздрібно́ї торгівлі України демонстрував нестабільну динаміку, зумовлену як зовнішніми (збройна агресія, логістичні обмеження), так і внутрішніми чинниками (адаптація бізнесу, зміна споживчої поведінки). Обсяг роздрібного товарообігу у 2021 році становив 52,5 млрд грн, тоді як у 2022 році спостерігалось його суттєве скорочення до 38,8 млрд грн. Проте вже у 2023 році ринок почав відновлюватися – обсяг продажів сягнув 47,6 млрд грн, а в 2024 році досяг 50,1 млрд грн, що майже відповідає довоєнним показникам. Позитивні темпи зростання у 2023 році свідчать про адаптивність підприємств до трансформацій економіки [14].

Окрім виконання важливої економічної функції, торгівля виконує також суттєву соціальну місію, виступаючи відкритим простором для професійної комунікації, соціальної інтеграції та обміну досвідом. Така роль сприяє посиленню соціальної взаємодії, зростанню мобільності робочої сили та впровадженню інновацій у сферу праці. Роздрібна торгівля залишається одним із провідних секторів національної економіки, який не лише генерує значні податкові надходження, а й забезпечує високий рівень зайнятості населення. За даними аналізу структури зайнятості працівників суб’єктів господарювання за видами економічної діяльності, частка ритейлу становить близько 26%, що є одним із провідних показників серед галузей. Такий вплив на ринок праці обумовлює необхідність удоско-

ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ

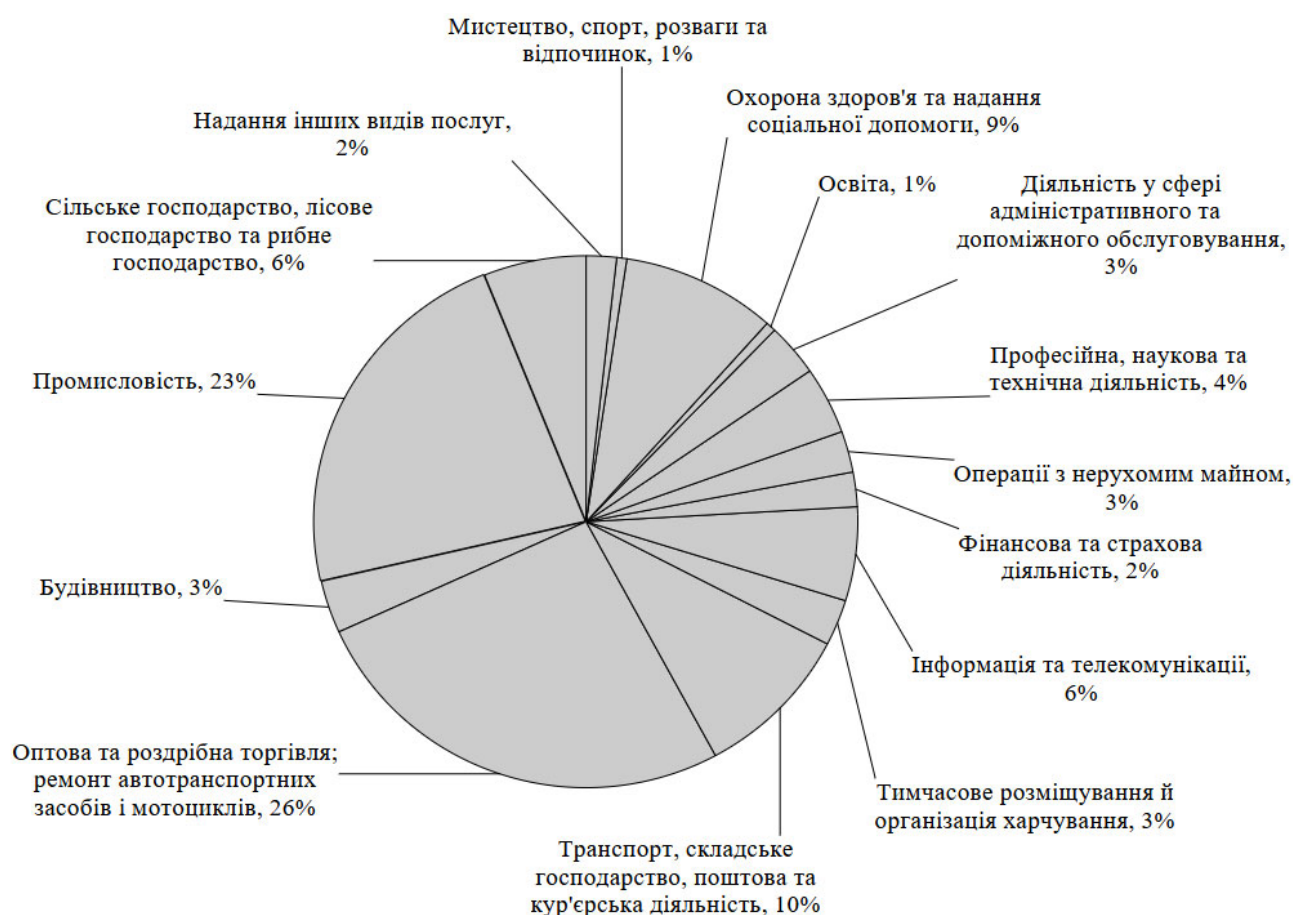


Рис. 3. Кількість зайнятих працівників у суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності у 2023 році

Джерело: сформовано автором на основі [12]

налення підходів до управління персоналом і реалізації ефективної кадрової політики з метою забезпечення сталого розвитку галузі.

Аналіз ключових економічних індикаторів засвідчує домінування ринку ритейлу серед провідних галузей національної економіки України. Така домінантна позиція підкреслює його вагомий внесок у соціально-економічний розвиток країни та свідчить про наявність високого потенціалу для подальшого зростання.

Перспективи розвитку українського ритейлу в умовах трансформаційної економіки зумовлюються необхідністю активного впровадження цифрових технологій, зокрема автоматизації бізнес-процесів, використання аналітики великих даних, інтернету речей, що сприятиме оптимізації логістичних і торгових операцій, прогнозуванню попиту та персоналізації сервісу. Важливим напрямом є розширення омніканальних форматів, що передбачає синергію між фізичними торговими точками та онлайн-каналами для забез-

печення безперервного клієнтського досвіду. Крім того, актуальним залишається розвиток асортиментної політики через локалізацію пропозиції та просування Private Label як інструменту цінової гнучкості й підтримки національного виробника. Особливої уваги потребує інвестування в людський капітал, зокрема підвищення кваліфікації персоналу, впровадження гнучких форм зайнятості та сучасних мотиваційних моделей. Завершальним, але не менш важливим вектором виступає формування екологічної та соціальної відповідальності бізнесу, що підвищує репутаційну стійкість ритейлерів та зміцнює довіру з боку споживачів [3, с. 282–284].

Підводячи підсумки аналізу стану ритейлу в Україні та перспективи розвитку у сфері роздрібною торгівлі, можна стверджувати, що ефективно реагування на сучасні виклики потребує системного переосмислення управлінських підходів. У цьому контексті пропонуємо структурований перелік прикладних підходів до розвитку ритейлу в умовах транс-

формації економіки: цифровізація бізнес-процесів, впровадження омніканальних стратегій, розвиток кадрового потенціалу, управління асортиментом і лояльністю, клієнтоорієнтований маркетинг, оптимізація логістики та підвищення екологічної й соціальної відповідальності (табл. 2).

Висновки. Ринок ритейлу в Україні відіграє провідну роль у структурі національної економіки, забезпечуючи значну частку підприємницької активності, високий рівень зайнятості населення та вагомий надходження до бюджету. Його сегментована структура, переважання малого та середнього бізнесу, адаптивність до змін ринкового середовища,

зростаюча цифровізація й орієнтація на споживача створюють передумови для подальшого зростання. У сучасних умовах ефективне функціонування ритейлу потребує системного моніторингу ринкових тенденцій, оперативного реагування на зміни та постійного впровадження новітніх підходів у сфері цифровізації, омніканальних стратегій, кадрової політики, логістики, а також екологічної й соціальної відповідальності. Реалізація цих напрямів сприятиме зміцненню конкурентних позицій підприємств роздрібною торгівлі, формуванню стійкої бізнес-моделі та зростанню соціально-економічного потенціалу галузі.

Таблиця 2

Прикладний інструментарій розвитку ритейлу в умовах трансформаційної економіки

Напрямок	Інструмент	Очікуваний результат
Цифровізація бізнес-процесів	Впровадження ERP-систем	Підвищення ефективності управління ресурсами
	Використання CRM-систем	Поліпшення взаємодії з клієнтами
	Мобільні застосунки для онлайн-замовлень	Зростання зручності для споживачів
Омніканальні стратегії продажів	Інтеграція офлайн і онлайн-каналів	Збільшення охоплення клієнтів
	Синхронізація баз даних	Єдина база даних у всіх каналах
	Використання маркетингових кампаній	Розширення ринків збуту
Кадрова політика та розвиток персоналу	Корпоративне навчання та адаптація	Підвищення кваліфікації персоналу
	Мотиваційна система	Підвищення залученості та продуктивності
	Оцінювання за KPI та кар'єрне зростання	Планування кар'єри й утримання кадрів
Управління асортиментом і лояльністю	ABC/XYZ-аналіз асортименту	Оптимізація запасів і асортименту
	Програми лояльності на основі Big Data	Підвищення лояльності споживачів
	Розвиток Private Label	Посилення позицій бренду
Маркетинг і клієнтоорієнтованість	Омніканальні рекламні кампанії	Підвищення видимості та впізнаваності
	Персоналізовані пропозиції	Індивідуалізація маркетингових дій
	Побудова ком'юніті навколо бренду	Зміцнення клієнтської бази
Логістика та управління ланцюгами постачання	WMS-системи для складу	Оптимізація логістики та скорочення витрат
	Аутсорсинг, хаби, кооперація	Зниження витрат і швидка доставка
	Моделі just-in-time	Зменшення складських витрат
Сталий розвиток і соціальна відповідальність	Екологічне пакування, сортування	Зменшення негативного впливу на довкілля
	Підтримка локальних виробників	Підтримка економіки регіонів
	Проведення ESG-аудитів	Підвищення репутації та довіри

Джерело: сформовано автором

ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Кельман В. Історична генеза формування та трансформації категорії «ритейл» та її концепту «мережевий ритейл». *Економіка та держава*. 2021. № 4. С. 150–156.
2. Ніколайчук О., Костакова Л. Тенденції розвитку мережевих ритейлерів України. *Торгівля і ринок України*. 2023. № 2(50). С. 51–58.
3. Терещенко С., Гримайло О. Інноваційні форми організації роздрібної торгівлі. *Digital transformation and technologies for sustainable development all branches of modern education, science and practice: International Scientific and Practical Conference Proceeding*, м. Lomza, 26 січ. 2023 р. Lomza, 2023. С. 281–285.
4. Дмитрук А. Чинники впливу на розвиток мережевого ритейлу. *Науковий вісник Полісся*. 2023. № 2(27). С. 79–88.
5. 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>
6. Pavlova V. A. Ways of development of domestic retail in the post-war period. *Academic Review*. 2022. Т.1, № 56. С.42–52. URL: <https://doi.org/10.32342/2074-5354-2022-1-56-5>
7. Олійник Т., Іванова М. Розвиток ритейлу в Україні. *Молодий вчений*. 2024. № 1 (125). С. 126–129. URL: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2024-1-125-1>.
8. Лісіца В. В. Тенденції розвитку мережевого ритейлу в Україні в період пандемії COVID-19. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія : Економічні науки*. 2020. № 2. С. 24–34. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvpush_2020_2_5
9. Пучкова С. Проблеми кадрового забезпечення українського ритейлу в умовах війни. *Економіка сьогодні: проблеми моделювання та управління: Матеріали XIII Міжнар. науково-практ. інтернет-конф., м. Полтава, 22–23 листоп. 2023р. Полтавський університет економіки і торгівлі*, 2023. С. 480–483.
10. Оpendатобот. Аналітика. URL: <https://opendatobot.ua> (дата звернення: 24.03.2025 р.).
11. Асоціація ритейлерів України. URL: <https://rau.ua/novyni/geografija-ritejlu-2024-09/> (дата звернення: 21.03.2025 р.).
12. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 22.03.2025р.).
13. Державна податкова служба України. URL: <https://tax.gov.ua/media-tsentr/regionalni-novini/> (дата звернення: 23.03.2025 р.).
14. Державна митна служба України. URL: <https://customs.gov.ua/news/zagalne-20/> (дата звернення: 24.03.2025 р.).

REFERENCES:

1. Kelman, V. D. (2021). Istorychna heneza formuvannia ta transformatsii katehorii «ryteyl» ta yii kontseptu «merezhevyi ryteyl» [Historical genesis of the formation and transformation of the «retail» category and its concept «network retail»]. *Ekonomika ta derzhava*, (4), 150–156.
2. Nikolaichuk, O. A., & Kostakova, L. D. (2023). Tendentsii rozvytku merezhevykh ryteileriv Ukrainy [Trends in the development of network retailers in Ukraine]. *Torhivlia i rynek Ukrainy*, (2)(50), 51–58. <https://doi.org/10.33274/2079-4762-2021-50-2-51-58>.
3. Tereshchenko, S. I., & Hrymailo, O. V. (2023). Innovatsiini formy orhanizatsii rozdrubnoi torhivli [Innovative forms of retail organization]. *Digital Transformation and Technologies for Sustainable Development All Branches of Modern Education, Science and Practice: International Scientific and Practical Conference Proceedings (Part 3, pp. 281–285)*. MANS w Łomży; State Biotechnological University. Publishing House: MANS w Łomży, Lomza, Poland.
4. Dmytruk, A. (2023). Chynnyky vplyvu na rozvytok merezhevoho ryteilu [Factors influencing the development of network retail]. *Naukovyi Visnyk Polissia*, 2(27), 79–88.
5. Kuchanskyi, O. (2024). Suchasnyi stan rozdrubnoi torhivli v Ukraini: Oriientyr dlia udoskonalennia upravlinskoho obliku [The current state of retail trade in Ukraine: A guide for improving management accounting]. *Ekonomika ta suspilstvo*, (62). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-62-36>
6. Pavlova, V. A. (2022). Ways of development of domestic retail in the post-war period. *Academic Review*, 1(56), 42–52. <https://doi.org/10.32342/2074-5354-2022-1-56-5>
7. Oliinyk, T., & Ivanova, M. (2024). Rozvytok ryteilu v Ukraini [Retail development in Ukraine]. *Molodyi Vchennyi*, 1(125), 126–129. <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2024-1-125-1>
8. Lisitsa, V. V. (2020). Tendentsii rozvytku merezhevoho ryteilu v Ukraini v period pandemii COVID-19 [Trends in the development of network retail in Ukraine during the COVID-19 pandemic]. *Naukovyi Visnyk Poltavskoho Universytetu Ekonomiky i Torhivli. Seriya: Ekonomichni Nauky*, (2), 24–34. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvpush_2020_2_5

9. Puchkova, S. (2023). Problemy kadrovoho zabezpechennia ukrainskoho ryteilu v umovakh viiny [Problems of staffing in Ukrainian retail under wartime conditions]. In *Ekonomika sohodni: problemy modeliuvannia ta upravlinnia*: Materialy XIII Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi internet-konferentsii (Poltava, November 22–23, 2023) (pp. 480–483). Poltava University of Economics and Trade.
10. Opendatabot. Analitika [Opendatabot. Analytics]. Available at: <https://opendatabot.ua> (accessed March 24, 2025).
11. Asotsiatsiia ryteileriv Ukrainy. Heohrafiia ryteilu [Ukrainian Retail Association. Retail geography]. Available at: <https://rau.ua/novyni/geografija-ritejlu-2024-09/> (accessed March 21, 2025).
12. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [State Statistics Service of Ukraine]. Available at: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (accessed March 22, 2025).
13. Derzhavna podatкова sluzhba Ukrainy [State Tax Service of Ukraine]. Available at: <https://tax.gov.ua/media-tsentr/regionalni-novini/> (accessed March 23, 2025).
14. Derzhavna mytna sluzhba Ukrainy [State Customs Service of Ukraine]. Available at: <https://customs.gov.ua/news/zagalne-20/> (accessed March 24, 2025).