

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. 2023. № 7.

DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.7.27>

УДК 339.37(477)

О. А. Горобченко,

к. е. н, доцент кафедри економіки та підприємництва,

ЧНУ ім. П. Могили, м. Миколаїв, Україна

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1449-7674>

УКРАЇНСЬКИЙ RETAIL: АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ТА СУЧАСНІ ВИКЛИКИ

O. Horobchenko,

PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Economics and Entrepreneurship, Petro Mohyla Black Sea National University

UKRAINIAN RETAIL: DEVELOPMENT ANALYSIS AND CURRENT CHALLENGES

У статті розглянуті місце та роль торгівлі в економіці України, висвітлені основні фактори, які ілюструють зростання значення сектора роздрібної торгівлі. Проаналізовано в динаміці роздрібний товарооборот вітчизняних підприємств за останні п'ять років. Визначені та проаналізовані основні причини швидкого зростання роздрібного товарообороту в Україні за 2018-2021 рр. Висвітлені особливості та сучасні аспекти функціонування українського ритейлу як однієї з найбільш «антикризових» галузей в умовах економічної нестабільності та воєнного стану. Розглянуто основні зміни в пріоритетах та вподобаннях українського споживача через війну та інші

чинники. Обґрунтовано стійкість та адаптивність сучасного роздрібного ритейлу як найпопулярнішої ніші для започаткування нового бізнесу. Визначені основні тенденції українського ритейлу, що базуються на впровадженні підходу орієнтованого на цифрові технології та збереження екосистеми.

In Ukraine, the uninterrupted operation of economic entities of all forms of ownership in the retail sector is aimed at satisfying the needs of the population for essential goods, which underpins its significance in the country's economy and its provisioning with food. In light of this, following the definition of the place and role of trade in Ukraine's economy, it has been established that retail and wholesale trade occupied the second step among the TOP 7 most profitable sectors of the Ukrainian economy for 2018-2021. The satisfaction of consumer demand, the creation of favourable conditions for people's lives in each country, depends on the clear organization of retail trade, the improvement of trade services for the population, the quick delivery of goods from the producer to the consumers, and the enhancement of service culture. Hence, this article highlights the main factors illustrating the growth of the retail sector's importance in Ukraine's economy. The analysis of retail turnover dynamics of domestic enterprises over the last five years has shown that retail trade has experienced significant growth, among the main reasons for which were improvements in purchasing power, consumer capabilities of the population, driven by the rapid development of Internet trading. However, new challenges of a full-scale war have led to a decrease in Ukrainian retail turnover by 10.2 percent.

Nonetheless, despite economic instability and a state of war, Ukrainian retail managed to become one of the most "crisis-resistant" industries in the country. In 2022, since the onset of the full-scale war, the majority of new businesses in Ukraine were opened precisely in the retail sector: more than 25 percent of the total number of new individual entrepreneurs. Naturally, due to a number of socio-economic factors, the priorities and preferences of Ukrainian consumers have changed. But Ukrainian companies have demonstrated flexibility, resilience, and have adapted to the new reality, as a result, they are employing new methods, business strategies that are based on the implementation of approaches oriented towards digital technologies and the preservation of ecosystems.

***Ключові слова:** роздрібна торгівля, підприємства, розвиток, економіка, товарооборот, споживач, бізнес, адаптація, тенденції.*

***Keywords:** retail trade, enterprises, development, economy, turnover, consumer, business, adaptation, trends.*

Постановка проблеми. Роздрібна торгівля забезпечує надання життєво важливих послуг, порушення яких призводить до негативних наслідків для населення, суспільства, соціально-економічного стану та національної безпеки країни, зокрема в частині продовольчого забезпечення. В умовах воєнного стану в Україні безперебійна діяльність суб'єктів господарювання всіх форм власності цієї сфери, яка спрямована на задоволення потреб населення у товарах першої необхідності, набуває першочергового значення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню стану та тенденцій розвитку роздрібної торгівлі присвячено чимало наукових праць провідних учених-науковців: Р. М. Бугріменко [5], Д. Гілберт, О.І. Жидик [7], М. Біроваш, Н. Локашова, О. Циганюк [4], О.В. Прокопенко [9], А.І. Кашперська [8] та інші. Проте під впливом соціально-економічних чинників ситуація у сфері роздрібної торгівлі постійно змінюється. Враховуючи важливість і вплив роздрібного торговельного ринку на розвиток української економіки в цілому та продовольче забезпечення населення, особливої актуальності набуває необхідність проведення нових досліджень, визначення тенденцій, чинників і шляхів подальшого розвитку.

Метою статті є аналіз основних аспектів розвитку роздрібної торгівлі в Україні, особливостей функціонування українського ритейлу та узагальнення його сучасних тенденції розвитку під час воєнного стану.

Виклад основного матеріалу. Торгівельна діяльність – це одна з найпоширеніших та найактивніших форм підприємництва в Україні. У статутних документах будь-якого підприємства як вид підприємницької діяльності найчастіше зазначається торгівля. Понад 90% усіх матеріальних благ, що надходять у сферу особистого споживання, реалізуються через

підприємства торгівлі і громадського споживання. Відповідно до пп. 4.1 п. 4 ДСТУ 4303:2004 торгівля – це вид економічної діяльності у сфері товарообігу і просування їх від виробника до споживача у формі купівлі-продажу та надавання пов'язаних із цим послуг [6, с. 2].

Два роки поспіль – 2020 та 2021, – попри пандемію та карантин, торгівля займала другу сходинку у ТОП найбільш прибуткових галузей економіки України (Табл. 1).

Таблиця 1. ТОП 7 найбільш рентабельні галузі економіки України

Галузі економіки	Рівень рентабельності від операційної діяльності підприємств, %				
	2018р.	2019р.	2020р.	2021р.	в середньому
Сільське, лісове та рибне господарство	18,3	19,2	18,6	40,3	24,1
Промисловість	6,3	5,5	3,9	11,2	6,7
Будівництво	3,0	4,6	1,3	2,3	2,8
Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	23,3	25,3	16,2	17,9	20,7
Інформація та телекомунікації	13,1	15,4	14,7	15,6	14,7
Фінансова та страхова діяльність	1,2	7,8	3,5	8,8	5,3
Професійна, наукова та технічна діяльність	8,9	26,2	2,4	4,1	10,4

Джерело: сформовано автором з використанням даних [10]

За підсумками 2021 року найбільш прибутковою галуззю стало сільське господарство (40,3%), оптова та роздрібна торгівля (17,9%), ІТ (15,6%) та промисловість (11%). Сумарно за 2021 рік торговельні мережі заробляли понад 430 млрд грн.

Роздрібна торгівля (*Retail trade*) в перекладі з англійської означає малий бізнес, із французької (*retailer*) – розрізати, дробити, розділяти, відділяти частину від цілого. Роздрібна торгівля – це вид економічної діяльності в сфері товарообігу, що охоплює купівлю-продаж товарів кінцевому споживачу та надання йому торговельних послуг [6, с. 3]. Отже, ця галузь забезпечує рух товарів із сфери обігу у сферу споживання.

Узагальнюючи теоретичні основи [5, 7, 8, 9, 11], для роздрібної торгівлі характерні такі ознаки: вона є самостійною, ініціативною, здійснюваною на

власний ризик діяльністю юридичних осіб та громадян з метою отримання прибутку; головний її зміст – продаж товарів, при цьому можуть виконуватися супутні роботи (фасування, пакування тощо) та надаватися різні послуги; товари реалізуються безпосередньо кінцевим споживачам для особистого некомерційного використання; товари реалізуються за готівку або іншими платіжними засобами; у цій сфері можуть продавати лише товари певного асортименту (продовольчі та непродовольчі, горілчані та тютюнові вироби, лікарські засоби та вироби медичного призначення, транспортні засоби та номерні агрегати, ювелірні вироби, окремі види зброї, боєприпасів і спеціальних засобів тощо); необхідною умовою є наявність торгового місця; договори купівлі–продажу мають публічний характер.

Американський дослідник, гуру роздрібного маркетингу Д. Гілберт визначає роздрібну торгівлю як «будь-який бізнес, який зосереджує свої маркетингові зусилля на задоволенні потреб кінцевого споживача через правильну організацію продажу товарів та послуг». Від чіткої організації роздрібною торгівлі, удосконалення торговельного обслуговування населення, швидкого доведення товарів від виробника до споживачів, підвищення культури обслуговування, залежить задоволення попиту покупців, створюються сприятливі умови для життя людей кожної країни [7, с. 88].

Роздрібна торгівля дозволяє отримати вигоду як покупцю, так і продавцю товарів. Підприємець враховує побажання споживачів, і в залежності від цього формує свою асортиментну політику. Це безпосередньо впливає і на виробників продукції, оскільки роздрібний торговець певним чином служить сполучною ланкою між ними і кінцевим споживачем тої продукції, яку вони виробляють. Покупці через мережу роздрібною торгівлі задовольняють свої потреби, а роздрібні торговці в разі успішної діяльності – досягають комерційного успіху. На роздрібну торгівлю покладено важливе і соціальне значення – найбільш повне задоволення потреб населення у товарах народного споживання. Вона покликана сприяти підвищенню культури споживання, формуванню розумних потреб шляхом виховання естетичних смаків населення,

впровадження у споживання нових товарів, створення для покупців необхідних зручностей для придбання товарів з мінімальними затратами часу.

До основних факторів, що ілюструють зростання значення сектора роздрібної торгівлі, належать [5, 7]: значний та постійно зростаючий внесок у ВВП; зростання видимого економічного значення галузі; завоювання статусу одного з найбільших роботодавців; виконання ролі «воротарів» на ринку роздрібної торгівлі; диверсифікація видів діяльності та послуг; зростання числа організацій роздрібної торгівлі в міжнародному масштабі; досягнення такого обсягу операцій, який дозволяє здійснювати контроль над усім ланцюжком постачання; розмивання кордонів роздрібної торгівлі та «втягування» в її сферу різних видів бізнесу. Від керівників, власників роздрібних торговельних підприємств потрібна велика заповзятливість та ініціатива в комерційній роботі з організації продажу товарів населенню; уміння добре обслуговувати покупців, протистояти конкурентам і забезпечувати нормальний прибуток з метою подальшого розвитку і підвищення ефективності діяльності.

Протягом 2018-2021 років вітчизняна роздрібна торгівля переживала значний підйом (Табл. 2).

Таблиця 2. Динаміка роздрібного товарообороту підприємств України

Показники	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2021 р.	2022 р.
Оборот роздрібної торгівлі, млрд грн	930,6	1094,1	1201,6	1443,8	1397,8
<i>Темп приросту, %</i>	<i>14,1</i>	<i>17,6</i>	<i>9,8</i>	<i>20,2</i>	<i>-3,2</i>
Роздрібний товарооборот п-в роздрібної торгівлі (юридичних осіб), млрд грн	668,4	793,5	868,3	1044,5	937,8
<i>Темп приросту, %</i>	<i>14,0</i>	<i>18,7</i>	<i>9,4</i>	<i>20,3</i>	<i>-10,2</i>

Джерело: сформовано автором з використанням даних [10]

Так, середній темп приросту обсягу роздрібного товарообороту підприємств склав 21%. Тоді як нові виклики повномасштабної війни спричинили зменшення роздрібного товарообороту у 2022 р. порівняно з 2021 р. на 10,2% , до того ж оборот роздрібної торгівлі скоротився на 46 млрд грн, тобто на 3, 2%.

Серед основних чинників, які впливають на зміну роздрібного товарообороту, слід виділити: розвиток матеріально-технічної бази роздрібно торгівлі; стан і проблеми товарозабезпечення; інституціональні перетворення в українській торгівлі; зростання концентрації торговельних підприємств та конкуренції між ними; купівельна спроможність, споживчі можливості та вподобання українського населення.

В Україні серед причин стрімкого зростання роздрібного товарообороту в 2018-2021 рр. стали покращення купівельної спроможності та споживчих можливості населення, спричинене стрімким розвитком Інтернет - торгівлі та яке можна визначити як темп росту заробітної плати громадян (Рис. 1).

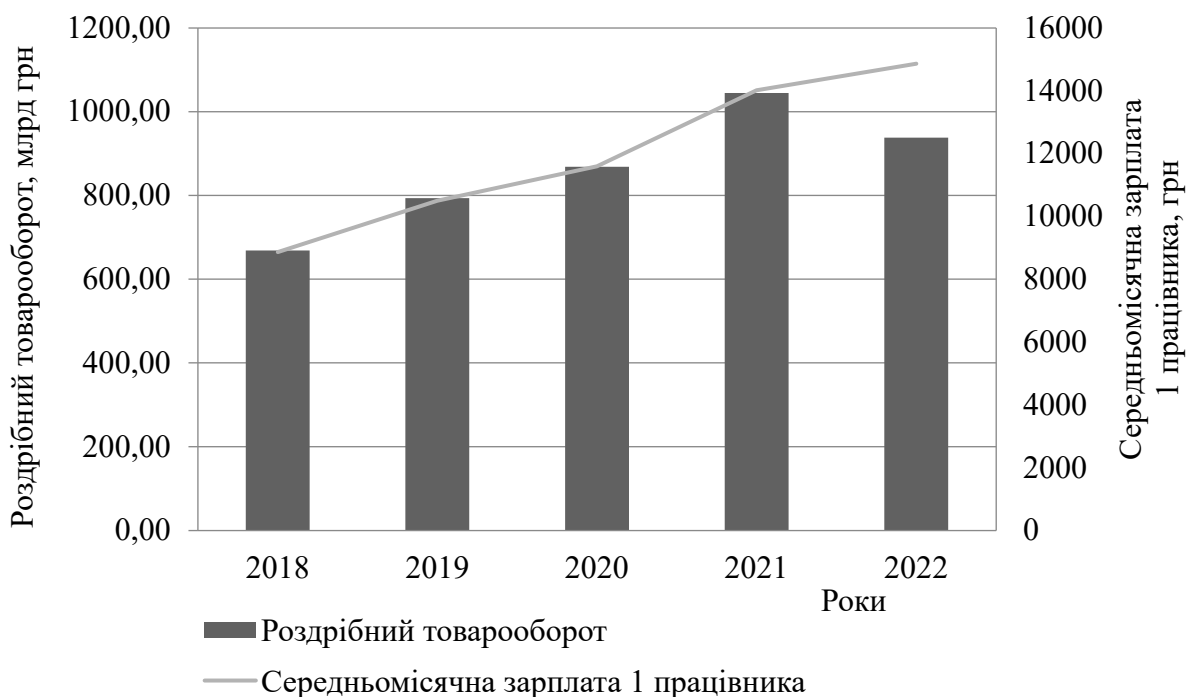


Рис. 1. Динаміка роздрібного товарообороту та купівельної спроможності населення України

Джерело: сформовано автором з використанням даних [8, 10]

В цілому за період 2018-2021 рр. частка непродовольчих товарів у структурі роздрібного товарообороту залишається вищою, ніж продовольчих товарів. Проте у 2021 р. порівняно з 2020 р. частка продовольчих товарів знизилася на 1,1 в.п. і склала у 2021 р. 43%, тоді як частка непродовольчих товарів – 57%.

Аналізуючи структуру роздрібного товарообороту за формами за 2019-2021рр. (Табл. 3), слід відзначити, що частка роздрібного товарообороту за допомогою платіжних карток зросла майже на 10 %, через мережу Інтернет – на 1,5%, а за договорами банківського кредиту дещо знизилась.

Таблиця 3. Обсяги та структура роздрібного товарообороту України за формами розрахунків

Показники	2019 р.		2020 р.		2021 р.	
	млрд грн	%	млрд. грн	%	млрд грн	%
Роздрібний товарооборот - всього	793,5	100,0	868,3	100,0	1044,5	100,0
<i>у тому числі</i>						
- через мережу Інтернет	9,9	1,2	18,3	2,1	27,9	2,7
- за допомогою платіжних карток	244,8	30,9	314,1	36,2	413,4	39,6
- за договорами банківського кредиту	17,5	2,2	16,1	1,9	21,5	2,1

Джерело: сформовано автором з використанням даних [10]

Отже, сучасний ринок роздрібної торгівлі представлений широкою різноманітністю форм взаємодії між продавцем і покупцем. Одні компанії працюють на вузьку цільову аудиторію, інші – на масові продажі.

Роздрібна торгівля, яка орієнтована насамперед на велику аудиторію, це і буде ритейл, головна особливість якого полягає в пропозиції придбати товари широкого асортименту, які зібрані в одній локації. Сьогодні до ритейлу відносяться торгові мережі, гіпермаркети, супермаркети. Нині український ритейл – це одна з найбільш «антикризових» галузей у країні, оскільки представлена одноформатними магазинами, які об'єднані загальним стилем і концепцією, мають одного власника, єдину систему логістики, закупівлі та управління в цілому. Основними його напрямками є продуктовий, непродуктовий (або non food), вуличний (або стріт-ритейл), мережевий та Інтернет. У кожному з напрямків існують певні особливості, але всіх їх об'єднує одне – отримання прибутку за рахунок обороту і масових продажів роздрібного товару.

В цілому, за останні п'ять років до основних тенденцій у роздрібному торговельному секторі України стали: технології інтелектуального планування

ланцюжка поставок (наприклад, визначення попиту, оптимізація запасів, багаторівневе планування та управління реагуванням); інвестиції в платформи електронної комерції нового покоління для підвищення якості обслуговування клієнтів; посилення уваги до оптимізації багатоканального маркетингу з метою підвищення якості обслуговування покупців [1].

На початку 2022 р. український ритейл, не оговтавшись від кризи через пандемію, вже стикнувся з новими викликами повномасштабної війни. Торговельні мережі стійко долають труднощі, проте паритет на ринку змінюється. Асоціація ритейлерів України (РАУ) та Українська рада торгових центрів (УРТЦ) підрахували, що загальна сума збитків, котрі завдані торговельним мережам «російським» вторгненням, сягнула біля 51 млрд грн, а скорочення товарообігу за перші місяці війни становило 75% від довоєнного рівня. За червень 2022 р., майже через три місяці від початку війни, 10 найбільших гравців галузі закрили близько 300 своїх супермаркетів, але зберегли роботу понад 3 тисяч торгових точок. Окрім прямих втрат активів галузі унаслідок бойових дій, потрібно враховувати зменшення споживання, оскільки велика частина потенційних покупців виїхала за кордон, а ті, хто залишилися, – звісно ж почали економити. Здебільшого покупці економлять через інфляцію та девальвацію національної валюти. Мінекономіки України звернулося до обласних військових адміністрацій з пропозиціями, які мають укріпити позиції роздрібною торгівлі як критично важливої інфраструктури [3, 4, 12].

Попри всі труднощі за 2022 рік, з моменту початку повномасштабної війни, в Україні було зареєстровано понад 20 тисяч нових ФОП. Найбільше нових бізнесів відкрилося у сфері роздрібною торгівлі (Рис. 2).

Як повідомляє Opendatabot, лише за першу добу, після відновлення можливості відкривати ФОП у застосунку Дія, було створено понад тисячу нових бізнесів. У квітні ця кількість сягнула 12,6 тисяч, тобто зросла удесятеро. З того часу кількість ФОПів почала постійно зростати, сягнувши піку у вересні 2022 р. (20,1 тис. осіб). Протягом осені та початку зими відбувся невеликий

спад, пов'язаний з блекаутами та масованими обстрілами росією енергетичної інфраструктури. На початку 2023 року кількість нових малих та середніх підприємців почала знову рости. Аналітики зазначають, що з початку вторгнення, найбільше нових ФОПів зареєстрували кияни — 29 тисяч, 16,8 тисяч підприємців з'явилося у Львівській області та третє місце у топі посідає Дніпропетровщина, де зареєстрували майже 16 тисяч нових бізнесів [3].

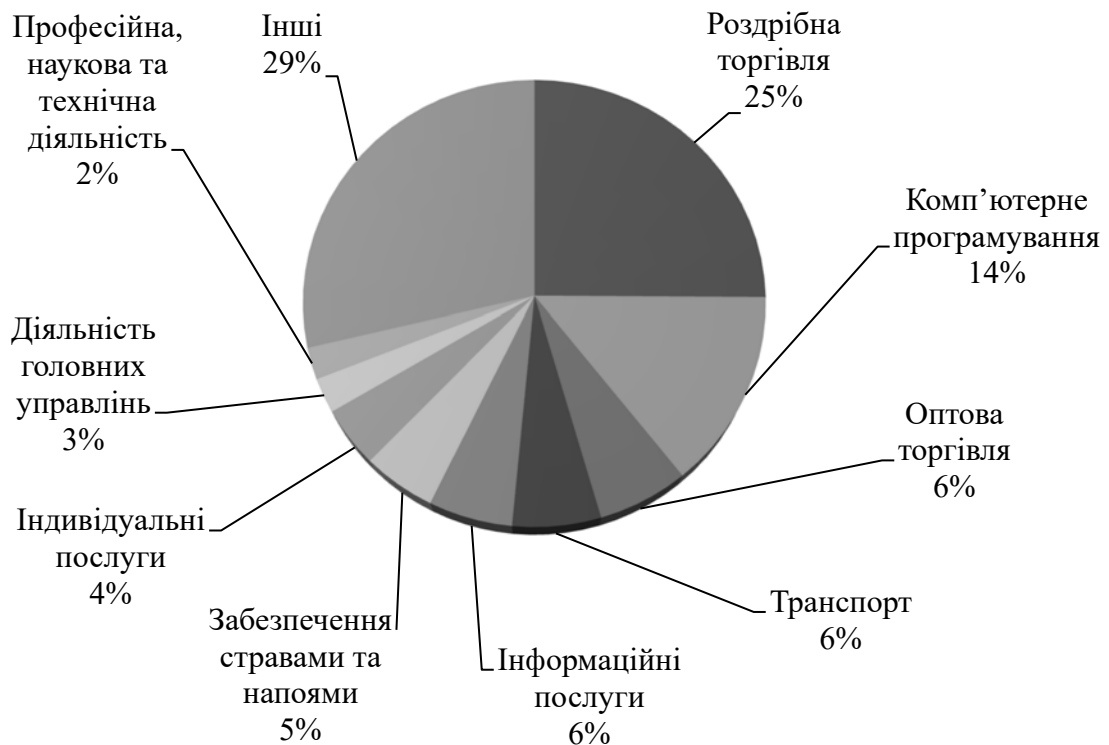


Рис. 2. ТОП- сфери за кількістю відкритих нових ФОП в Україні за 2022 рік під час війни

Джерело: узагальнено та сформовано автором з використанням даних [3]

Економічна нестабільність, війна та інші чинники змусили українського споживача швидко переглянути свої пріоритети та вподобання. Згідно з дослідженням Київстар, протягом лютого-травня 2022 року сильно зменшився попит на сервіси доставки, таксі, онлайн-покупки. У той же час кардинально зросла потреба у готелях, оскільки в цей час тривала активна евакуація українців з небезпечних регіонів. З часом попит на аптеки та продажі в Інтернеті зросли. У період з вересня 2022-го до січня 2023-го спостерігався стрибок попиту на одяг для активного відпочинку, товари для туризму та

кемпінгу, а ближче до зими набули актуальності автомобільні акумулятори. Згідно з аналітикою, 54% споживачів, коли здійснюють покупку, зважають на виробника, ще 55% придбавають товари знайомих брендів через позитивний набутий досвід та 74% українців купують в супермаркетах та магазинах, де знаходять товари відомих торгових марок [2, 12].

Проте українські компанії продемонстрували гнучкість, адаптувалися до нової реальності та почали вивчати нові методи та стратегії ведення бізнесу по-новому. Наприклад, online-ритейлер Rozetka впровадив послугу доставки товарів у Польщу, коли значна частина його клієнтів переїхала до сусідніх країн. Враховуючи європейські тренди, зміну можливостей і вподобань українських споживачів, основними тенденціями українського ритейлу нині стали: впровадження підходу орієнтованого на цифрові технології з метою поліпшення роздрібної торгівлі в Інтернеті; адаптація зусиль на локальній торгівлі для обслуговування зростаючої кількості клієнтів, які працюють з дому; зосередження уваги ритейлерів на переході на Net Zero Retail шляхом скорочення викидів вуглецю в операціях, продуктах і ланцюжках постачання.

Висновки. За 2018-2021 рр. торгівля займала другу сходинку у ТОП найбільш прибуткових галузей економіки України. Основними причинами швидкого розвитку роздрібного товарообороту стали покращення купівельної спроможності, споживчих можливості населення. На початку 2022 р. український ритейл зіткнувся з новими викликами повномасштабної війни. Точки offline-торгівлі опинилися під сильним тиском через зниження відвідуваності та зростання витрат. Але попри всі випробування українські підприємства продемонстрували стійкість, гнучкість і адаптивність до нових реалій. При цьому роздрібна торгівля виступила основною сферою для започаткування нового бізнесу. У адаптації українському ритейлу стали в пригоді сучасні цифрові технології для аналізу потреб клієнтів та європейські підходи орієнтовані на збереження екосистеми.

Література

1. BDO приєднується до ініціативи Net Zero. BDO Ukraine. 2022. URL: <https://www.bdo.ua/uk-ua/news-2/2022/bdo-joins-the-net-zero-world-initiative> (Дата звернення 15.06.2023)
2. KyivstarBusinessHUB. Споживчі тренди та стратегія покупок. що змінилось та як задовольнити потреби клієнтів? URL: https://hub.kyivstar.ua/news/22_03 (Дата звернення 29.05.2023)
3. Бізнес у війні: 202 тисячі ФОПів за рік. *Аналітика платформи відкритих даних Opendatabot*. 2023. URL: <https://opendatabot.ua/analytics/fops-per-waryear> (Дата звернення 10.06.2023)
4. Біроваш М., Локашова Н., Циганюк О. Галузеві тренди. Ціна змін. Трансформація роздрібної торгівлі під час війни. *KyivstarBusinessHUB*. 2022. URL: <https://hub.kyivstar.ua/news/czina-zmin-transformacziya-rozdribnoyi-torgivli-pid-chas-vijny/> (Дата звернення 02.05.2023)
5. Бугріменко Р. М. Тенденції розвитку інфраструктури роздрібної торгівлі. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія «Економіка і управління»*. 2020. Т. 31. № 2. С. 154–160.
6. ДСТУ 4303:2004. Роздрібна та оптова торгівля. Терміни та визначення понять. [Чинний від 2004-06-08]. Вид. офіц. Київ: Держспоживстандарт України, 2005. 30 с. URL: <https://www.victorija.ua/wp-content/uploads/2022/04/rozdribna-ta-optova-torhivlia-dstu-4303-2004.pdf> (Дата звернення 20.05.2023)
7. Жидик О.І. Роздрібна торгівля: суть та еволюція поглядів. *Економіка і держава*. Випуск № 12, 2013. С. 87-89. URL http://www.economy.in.ua/pdf/12_2013/22.pdf (Дата звернення 10.04.2023)
8. Кашперська А. І. Ринок роздрібної торгівлі України: стан і тенденції розвитку. *Бізнес-інформ*. № 4. 2021. С.120-127. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2021-4_0-pages-120_127.pdf (Дата звернення 15.04.2023)

9. Прокопенко О.В., Школа В.Ю., Дегтяренко О.О., Махнуша С.М. Інфраструктура товарного ринку: навч. посіб. К. : Центр учбової літератури, 2007. 296 с.
10. Державна служба статистики України. Статистична інформація. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (Дата звернення 25.04.2023)
11. Шпильова Ю.Б., Царук І.М. Роздрібна торгівля України: сучасний стан та перспективи розвитку. *Вісник ЖДТУ*. 2014. № 2(68). URL: https://library.ztu.edu.ua/e-copies/VISNUK/68_2/227.pdf (Дата звернення 08.04.2023)
12. Як бізнесу реагувати на зміну потреб клієнта? Delo.UA. 2023. URL: <https://delo.ua/telecom/yak-biznesu-reaguvati-na-zminu-potreb-klijenta-prikladi-kompanii-413321/> (Дата звернення 29.05.2023)

References

1. BDO Ukraine (2022), “BDO joins the Net Zero initiative”, available at: <https://www.bdo.ua/uk-ua/news-2/2022/bdo-joins-the-net-zero-world-initiative> (Accessed 15 June 2023).
2. KyivstarBusinessHUB (2022), “Consumer trends and shopping strategy. What has changed and how to meet the needs of customers?”, available at: <https://hub.kyivstar.ua/news/> (Accessed 29 May 2023).
3. Opendatabot (2023), “Business at war: 202 thousand FOPs per year”, available at: <https://opendatabot.ua/analytics/fops-per-waryear> (Accessed 10 June 2023).
4. Birovash, M. Lokashova, N. and Tsyhaniuk, O. (2022), “Industry trends. The price of changes. The transformation of retail during the war”, *Ekonomika+, KyivstarBusinessHUB*, available at: <https://hub.kyivstar.ua/news/czina-zmin-transformacziya-rozdribnoyi-torgivli-pid-chas-vijny/> (Accessed 2 May 2023).
5. Buhrimenko, R.M. (2020), “Infrastructure Development Trends in Retail Trade”, *Vcheni zapysky TNU imeni V.I. Vernadskoho*. Seriiia «Ekonomika i upravlinnia», vol. 31, no. 2. pp. 154-160.

6. Derzhspozhyvstandart **of Ukraine** (2005), “DSTU 4303:2004. Retail and wholesale trade. Terms and definitions”, available at: <https://www.victorija.ua/wp-content/uploads/2022/04/rozdrubna-ta-optova-torhivlia-dstu-4303-2004.pdf> (Accessed 20 May 2023).
7. Zhydyk, O.I. (2013), “Retail: nature and evolution of views”, *Ekonomika ta derzhava*, vol. 12, pp. 87-89, available at: http://www.economy.in.ua/pdf/12_2013/22.pdf (Accessed 10 April 2023).
8. Kashperska, A.I. (2021), “Ukrainian Retail Market: The State and Development Trends”, *BIZNES-INFORM*, vol. 4, available at: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2021-4_0-pages-120_127.pdf (Accessed 15 April 2023).
9. Prokopenko, O.V. Shkola, V.Yu. Dehtiarenko, O.O. and Makhnusha, S.M. (2013), *Infrastruktura tovarnoho rynku* [Infrastructure of the commodity market], Tsentr uchbovoi literatury, Kyiv, Ukraine.
10. State Statistics Service of Ukraine (2023), “Statistical information”, available at: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (Accessed 25 April 2023).
11. Shpylova, Yu.B. and Tsaruk, I.M. (2014), “Retail trade of Ukraine: current state and development prospects”, *Visnyk ZhDTU*, vol. 2 (68), pp.227-232, available at: https://library.ztu.edu.ua/e-copies/VISNUK/68_2/227.pdf (Accessed 8 April 2023).
12. Delo.UA (2023), “How can a business respond to changing customer needs?”, available at: <https://delo.ua/telecom/yak-biznesu-reaguvati-na-zminu-potreb-klijenta-prikladi-kompanii-413321/> (Accessed 29 May 2023).

Стаття надійшла до редакції 04.07.2023 р.