

## СУЧАСНИЙ СТАН І НОВІ РЕАЛІЇ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ

©2021 **ЄВТУШЕНКО В. А., РАХМАН М. С., ДЯЧЕНКО Ю. І.**

УДК 339.13.017: 338.4

JEL: L81

### **Євтушенко В. А., Рахман М. С., Дяченко Ю. І. Сучасний стан і нові реалії роздрібної торгівлі України**

Роздрібна торгівля в Україні демонструє достатню кількість суб'єктів ринку й інфраструктури, сприяє розвитку галузей економіки та безперервному просуванню товару до споживача. Метою статті є дослідження стану вітчизняної роздрібної торгівлі в розрізі основних показників; виявлення проблем; визначення нових реалій та основних тенденцій у майбутньому. Розглянуто сутність роздрібної торгівлі, обґрунтовано її особливості та функції; виявлено мету та значення серед провідних галузей економіки. Виділено провідні роздрібні мережі. Надано характеристику факторів, що пов'язані з асортиментом, територіальним розташуванням, контролем витрат і маркетинговою політикою провідних операторів роздрібної торгівлі. У результаті структурного та динамічного аналізу обсягів роздрібної торгівлі виявлено такі переваги: за видами торгівлі – непродовольчих товарів; за формою власності – юридичних осіб; за організаційно-правовими формами – ТОВ; у розрізі регіонів лідирує м. Київ. Розглянуто інфраструктуру й обсяги роздрібної торгівлі через мережу Інтернет. Визначено вплив деяких чинників на купівельну поведінку споживача. Представлено прогностичні моделі обсягів продовольчих і непродовольчих товарів на 2021–2022 рр. і розвитку товарообороту через мережу Інтернет на 2021 р. У результаті SWOT-аналізу, на прикладі мережі «Сільпо», виявлено сильні та слабкі сторони, можливості та загрози роздрібної торговельної мережі. Названо основні проблеми роздрібної торгівлі в Україні, до яких належать: нестаток інвестицій через нестабільну політичну ситуацію та використання інноваційних технологій; низький купівельний попит населення; зростання цін на сировину та енергоносії, оренду плати, логістику тощо. Надано рекомендації щодо вирішення цих проблем.

**Ключові слова:** ритейлинг, товарооборот, підприємство, споживач, роздрібна мережа, реалії, прогноз, рекомендації.

**DOI:** <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-9-116-123>

**Рис.:** 11. **Табл.:** 1. **Бібл.:** 8.

**Євтушенко Вікторія Анатоліївна** – кандидат економічних наук, професор, завідувачка кафедри маркетингу, менеджменту та підприємництва, Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна (майдан Свободи, 4, Харків, 61022, Україна)

**E-mail:** [v.a.evtushenko@karazin.ua](mailto:v.a.evtushenko@karazin.ua)

**ORCID:** <http://orcid.org/0000-0002-7764-2277>

**Рахман Махбубур Сидикович** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу, менеджменту та підприємництва, Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна (майдан Свободи, 4, Харків, 61022, Україна)

**E-mail:** [rahmanms0312@gmail.com](mailto:rahmanms0312@gmail.com)

**ORCID:** <http://orcid.org/0000-0001-7408-4049>

**Дяченко Юлія Ігорівна** – бакалавр, кафедра маркетингу, менеджменту та підприємництва, Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна (майдан Свободи, 4, Харків, 61022, Україна)

**E-mail:** [uladachenko1@gmail.com](mailto:uladachenko1@gmail.com)

UDC 339.13.017: 338.4

JEL: L81

### **Yevtushenko V. A., Rakhman M. S., Diachenko Yu. I. The Current State and New Realities of Retail Trade in Ukraine**

Retail trade in Ukraine demonstrates a sufficient number of market and infrastructure entities, contributes to the development of economic sectors and the seamless promotion of goods to the consumer. The article is aimed at studying the state of domestic retail trade in the context of the main indicators; problem detection; new realities and major tendencies in the future. The essence of retail trade is considered, its features and functions are substantiated; the purpose and importance among the leading sectors of the economy are identified. Leading retail chains are allocated. A characterization of the factors related to assortment, territorial location, cost control and marketing policy of leading retail operators are provided. As a result of the carried out structural and dynamic analysis of retail trade volumes, the following advantages are identified: by types of trade – non-food products; by form of ownership – legal entities; by organizational and legal forms – LLC; in the context of regions leader is the city of Kyiv. The infrastructure and volumes of retail trade over the Internet are considered. The influence of some factors on the purchasing behavior of the consumer is determined. Some forecast models of volumes of food and non-food products for 2021–2022 and development of goods turnover over the Internet for 2021 are presented. As a result of SWOT analysis, on the example of «Silpo» network, strengths and weaknesses, opportunities and threats of a retail traded chain are identified. The main problems of retail trade in Ukraine are specified, including: lack of investment due to unstable political situation and use of innovative technologies; low purchasing demand of the population; rising prices for raw materials and energy, rent, logistics, etc. Recommendations to resolve these issues are provided.

**Keywords:** retailing, goods turnover, enterprise, consumer, retail network, realities, forecast, recommendations.

**Fig.:** 11. **Tabl.:** 1. **Bibl.:** 8.

**Yevtushenko Viktoriia A.** – PhDs (Economics), Professor, Head of the Department of Marketing, Management and Entrepreneurship, V. N. Karazin Kharkiv National University (4 Svobody Square, Kharkiv, 61022, Ukraine)

**E-mail:** [v.a.evtushenko@karazin.ua](mailto:v.a.evtushenko@karazin.ua)

**ORCID:** <http://orcid.org/0000-0002-7764-2277>

**Rakhman Mahbubur S.** – PhDs (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Marketing, Management and Entrepreneurship, V. N. Karazin Kharkiv National University (4 Svobody Square, Kharkiv, 61022, Ukraine)

**E-mail:** [rahmanms0312@gmail.com](mailto:rahmanms0312@gmail.com)

**ORCID:** <http://orcid.org/0000-0001-7408-4049>

**Diachenko Yuliia I.** – Bachelor, Department of Marketing, Management and Entrepreneurship, V. N. Karazin Kharkiv National University (4 Svobody Square, Kharkiv, 61022, Ukraine)

**E-mail:** [uladachenko1@gmail.com](mailto:uladachenko1@gmail.com)

**В** Україні значну частку соціально-економічної сфери займає роздрібна торгівля, яка останніми роками нарощує свої обсяги. Вона є важливою складовою сектора економіки України та сприяє просуванню товару до споживача. Вхідження до цього бізнесу досить легке, і це дає змогу розпочати власну справу підприємцям з будь-яким капіталом. Розвиток ринкових відносин зазвичай приводить до змін на будь-яких етапах, починаючи від оптових закупівель продукції та до реалізації її кінцевим споживачам.

Сучасний ринок роздрібно́ї торгівлі в Україні демонструє достатню кількість учасників, що перебувають у постійній боротьбі за найвизначніший суб'єкт зовнішнього середовища. Ритейлінг займає провідну роль на ринку торгівлі, оскільки сприяє розвитку галузей економіки. Саме в сучасних умовах зростання вітчизняної торгівлі, коли посилюється конкурентоспроможність на внутрішньому ринку, розвиток роздрібно́ї торгівлі є досить домінуючою сферою та однією з найприбутковіших галузей підприємництва. Якщо раніше реалізація продукції відбувалася переважно в універмагах і супермаркетах, то внаслідок пандемії COVID-19 значного розвитку набула торгівля в Інтернет-мережі. У зв'язку з цим підприємці змушені приймати нові, нестандартні управлінські рішення. Для того, щоб підприємства отримували максимальний прибуток, вони змушені підвищувати не тільки якість товарів а й пристосовуватися до сучасних умов на внутрішньому ринку.

Теоретичним і практичним питанням роздрібно́ї торгівлі приділено увагу в роботах таких учених: І. Г. Бритченко, Л. С. Веретін, Л. О. Омлянович, А. С. Савощенко, О. Ю. Масленіков, В. І. Алопій, Н. І. Верхоглядова, В. В. Радаєва, В. В. Ровенська, О. М. Філи-

пенко та інших. З огляду на появу нових впливових факторів в організації торгівлі та внаслідок ситуації з пандемією не тільки в Україні, але й у всьому світі, дана тема потребує подальшого дослідження.

*Метою* статті є дослідження стану вітчизняної роздрібно́ї торгівлі в розрізі основних показників, виявлення проблеми та визначення реалій та основних тенденцій у майбутньому.

**Р**оздрібна торгівля, або ритейлінг, – це продаж товарів і послуг, доступних усім покупцям, у торгових центрах, салонах, через Інтернет-сервіси. Іншими словами, роздрібна торгівля – це здійснення комерційної діяльності, метою якої є задоволення споживчих потреб. До особливостей можна віднести наявність певного місця, де буде здійснюватися товарно-грошовий обмін, наприклад магазин або, якщо реалізуємо товар через сайт чи телефон, то цим місцем можна вважати власну адресу замовників або місце, де видається продукція.

Мета роздрібно́ї торгівлі полягає в підтримці правильного балансу між попитом і пропозицією; придбання товарів у оптовиків та її реалізація в торговельній точці; розкриття якості та особливостей продукції; вдосконалення організації продажу товарів і підвищення якості обслуговування покупців.

Роздрібна торгівля виконує такі функції (рис. 1).

В умовах динамічних змін та активного розвитку ринкових трансформацій торгівля стає одним із найважливіших секторів економіки та є джерелом надходження грошових коштів до бюджету держави. Також торгівля забезпечує фінансово-економічну стабільність держави [2].



Рис. 1. Функції роздрібно́ї торгівлі

Джерело: побудовано за [1].

На даний момент ринок торгівлі значно змінився порівняно з попередніми роками, адже на ринку з'явилися різноманітні товари різного призначення. Асортимент товару залежить також від віку, статі, професії або національності споживача. Роздрібна торгівля також повинна орієнтуватися на територіальне розміщення магазинів і на те, що, згідно зі спостереженнями, там продається краще. Усі ці фактори змушують операторів роздрібної торгівлі контролювати витрати на трансакції, прагнути максимально збільшити кількість покупців, які відвідують ці магазини. Також споживачі дуже часто роблять спонтанні, незаплановані покупки, тому для операторів торгівлі великого значення набуває прогнозування та попереднє замовлення відповідних товарів [3].

Поведінка споживача безпосередньо впливає на розвиток роздрібної торгівлі, адже більшість покупців наперед обдумують, що будуть купувати. Тому роздрібні оператори виставляють якомога більший асортимент товару, щоб зацікавити споживачів новими товарами. Крім того, на розвиток роздрібної торгівлі активно впливає оренда, наявність якісних товарів, інтенсивне збільшення обсягу товарообігу, насиченість ринку, розвиток мережевих бізнес-одиниць, присутність на ринку іноземних організацій [4].

За даними Державного комітету статистики, оборот роздрібної торгівлі за січень – липень 2021 р. склав 780 млрд грн. Обсяг роздрібної торгівлі України зріс за останні 8 років на 435,1 млрд грн. Загалом

у 2019 і 2020 рр. товарооборот роздрібної торгівлі склав 793,5 та 868,3 млрд грн, тому збільшення товарообороту підприємств роздрібної торгівлі у 2020 р. становить 80,9 млрд грн, що свідчить про значні резерви зростання роздрібної торгівлі та про задоволення потреб кінцевих споживачів тощо. Роздрібний товарооборот підприємств роздрібної торгівлі за перше півріччя 2021 р. становить 565,9 млрд грн. Обсяг торгівлі продовольчими та непродовольчими товарами у 2020 р. загалом зріс на 435,2 млрд грн проти 2013 р. З них продовольчі товари зросли на 206,3 млрд грн, а непродовольчі – на 228,9 млрд грн. У 1 кварталі 2021 р. роздрібний товарооборот продовольчих товарів склав 103,1 млрд грн, у той час як непродовольчих – 123,2 млрд грн.

Найвищий темп зростання продовольчих товарів припадає на 2020 р. і становить 144,2%, найнижчий – на 2017 р. (102,33%). Найвищий темп зростання непродовольчих товарів відбувся у 2020 р. (155,66%), найнижчий – у 2018 р. (107,23%). Порівняно з 2013 р. темпи зростання непродовольчих товарів у 2020 р. зросли на 55,8%, а продовольчих – на 44,2%. У середньому темпи зростання непродовольчих товарів дорівнюють 117,6%, продовольчих – 114% (рис. 2).

У 2020 р. оборот роздрібної торгівлі зріс на 110,67% порівняно з 2019 р. і досяг 1210,8 млн грн, у тому числі 72,22% припадає на підприємства юридичної форми власності – 874,4 млн грн (рис. 3).

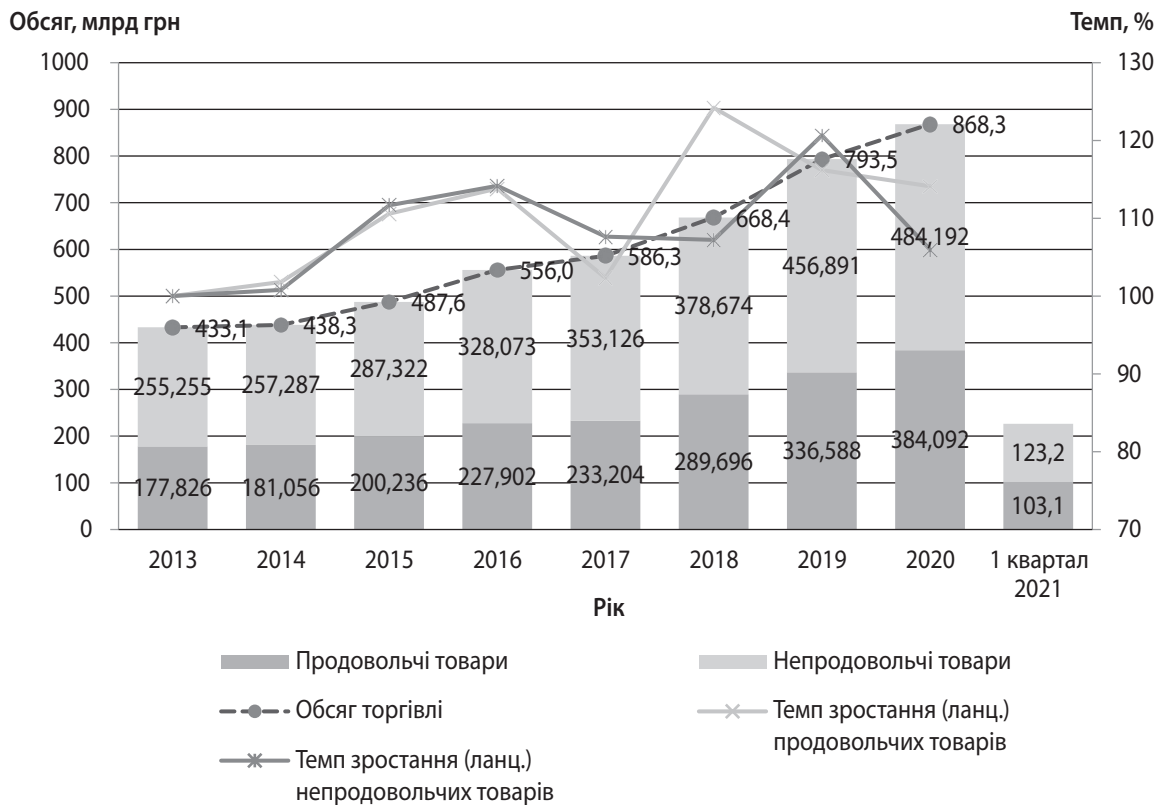


Рис. 2. Динаміка обсягів торгівлі продовольчими та непродовольчими товарами за 2013–2020 рр., млрд грн  
Джерело: побудовано за [8].



**Рис. 3. Структура роздрібної торгівлі підприємств за формами власності за 2019–2020 рр., млрд грн**

Джерело: побудовано за [8].

Обсяги та структура роздрібного товарообороту підприємств за організаційно-правовими формами господарювання наведено в *табл. 1*.

Динамічні показники показують збільшення наявності об'єктів роздрібної торгівлі підприємств з 2013 р. по 2016 р., але вже у 2017 р. можна спостерігати різкий спад об'єктів роздрібної торгівлі (порівняно з 2016 р., у 2017 р. кількість об'єктів роздрібної тор-

гівлі підприємств зменшилася на 482). У тому числі з 2014 по 2016 рр. збільшується кількість магазинів – на 258 одиниці, але також зменшується їх кількість у 2017 р. – на 340 одиниць. Кількість напівстаціонарних об'єктів з 2013 по 2015 рр. збільшилася на 127 одиниць, а починаючи з 2016 р. зменшується на 216 одиниць (*рис. 4*) [5].

Лідером за обсягом роздрібної торгівлі є м. Київ. Серед регіонів України найперше місце посіла Дніпропетровська область, друге – Київська область, а третє – Харківська область. Останні місця зайняли такі області: Луганська, Чернівецька та Тернопільська (*рис. 5*).

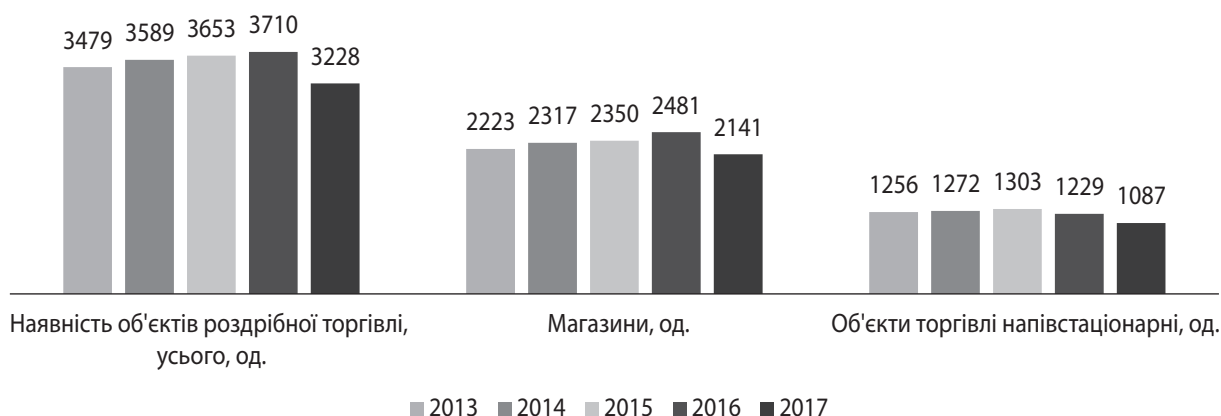
Урахування платоспроможності споживачів є одним із найважливіших принципів і підводить торговельні підприємства до потреб покупців, адже здійснення цього принципу залежить не стільки від торгівлі, скільки від можливостей споживача, а від цього – і дохід роздрібного підприємства. Проте в більшості українських споживачів можливості досить обмежені, адже середня заробітна плата не покриває всіх потреб першої необхідності, не кажучи вже про предмети розкоші. В Європі ситуація набагато краще, адже, за даними дослідження

**Таблиця 1**

**Обсяги та структура роздрібного товарообороту підприємств за організаційно-правовими формами господарювання у 2017–2020 рр., млн грн**

Форма господарювання	Рік			
	2017	2018	2019	2020
Приватне підприємство	30,68	34,77	39,42	4,02
Комунальне підприємство	3,77	4,20	3,80	3,88
Іноземне підприємство	3,22	8,42	9,69	9,75
Акціонерне товариство	11,49	9,82	11,39	11,43
Товариство з обмеженою відповідальністю	509,07	586,15	706,76	802,54
Усього	558,25	643,37	771,06	831,62

Джерело: складено за [8].



**Рис. 4. Інфраструктура роздрібної торгівлі, од.**

Джерело: побудовано за [8].

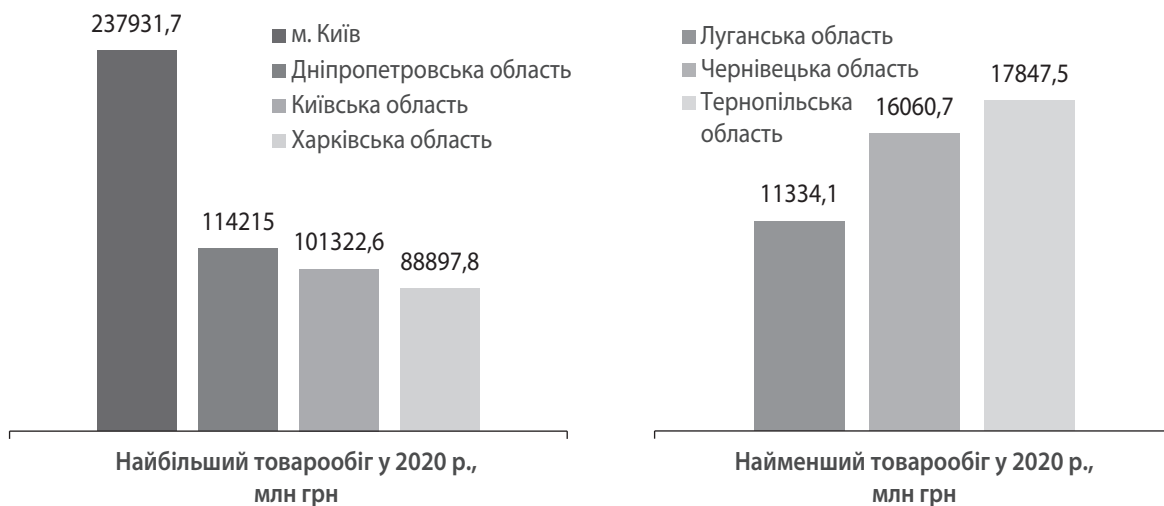


Рис. 5. Області за найбільшим і найменшим товарообігом в Україні, млн грн

Джерело: побудовано за [8].

Purchasing Power Europe, в ЄС у 42-х країнах купівельна спроможність на одну особу складає 13,6 тис. євро, при тому що в багатьох країнах, наприклад Великій Британії, Німеччині, Австрії, рівень платоспроможності вище у 1,5–2 рази. В Україні цей показник не перевищує 7% від рівня країн Європи. Загальний показник прожиткового мінімум на одну особу із 1 січня 2021 р. становить 2189 грн; з липня 2021 р. – 2294 грн, а з 1 грудня 2021 р. – 2393 грн (рис. 6).

У секторі спеціальної торгівлі переважає різноманітна диференціація товарів, але її не можна назвати оптимальною. Обсяги роздрібного товарообороту підприємств через мережу Інтернет спадають із 2017 р. по 2018 р. на 2,9 млрд грн, а починаючи з 2018 р. обсяги почали стрімко зростати, а саме, до 2020 р. зросли на 7,8 (рис. 7). Це свідчить про те, що споживачі перейшли на роздрібні Інтернет-

магазини, які особливо стрімко піднялися у 2020 р., що спричинено пандемією COVID-19.

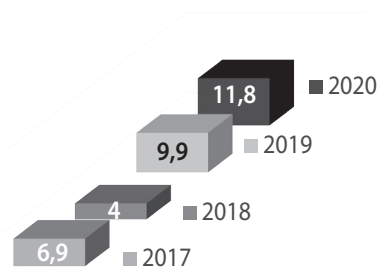


Рис. 7. Обсяги роздрібного товарообороту підприємств через мережу Інтернет у 2017–2020 рр., млрд грн

Джерело: побудовано за [8].

Обсяги роздрібного товарообороту підприємств за допомогою платіжних карток з 2017 по 2019 рр. стрімко зросли – на 119,9 млн грн, а з почат-

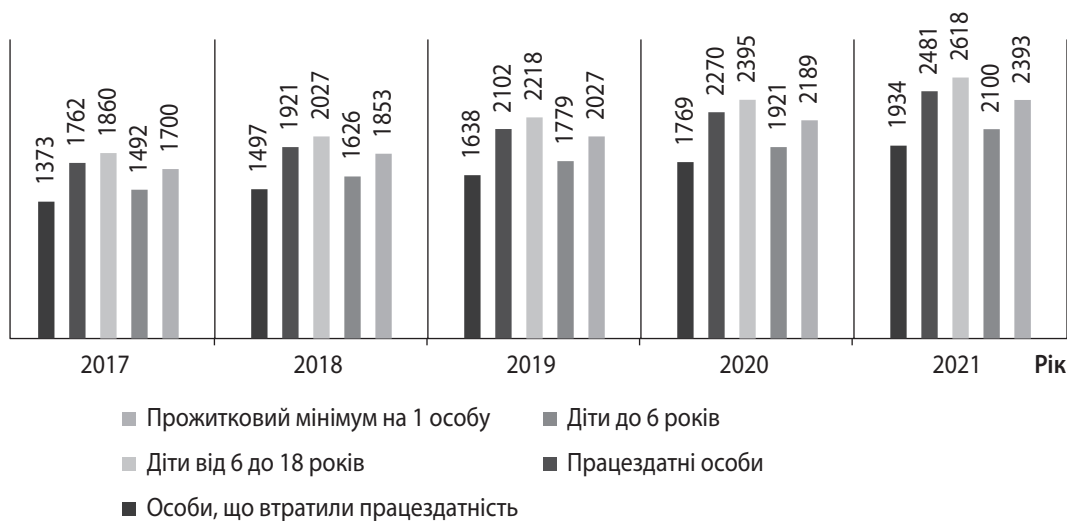


Рис. 6. Прожитковий мінімум в Україні за соціальними та демографічними групами за 2017–2021 рр., грн

Джерело: побудовано за [8].



ку 2019 р. по 2020 р. спали на 24,8 млн грн. Це може бути наслідком пандемії COVID-19, адже більшість населення в період карантину залишилась без доходів і була змушена брати кредити.

Обсяги роздрібного товарообороту підприємств за договорами банківського кредиту з 2017 р. по 2019 р. збільшилися на 3,7 млн грн, але у 2020 р. упали на 7 млн грн (рис. 8). Це свідчить про те, що люди або не хочуть брати кредити через те, що не мають можливості його виплати, або споживачі зі сфери ІТ-технологій, фрілансери тощо навіть у період карантину мали достатньо грошей і не потребували кредитів.

Згідно з прогнозом на 2021–2022 рр. продаж непродовольчих товарів очікується в розмірі  $505,4429 \pm 21,31$  млрд грн і  $539,963 \pm 21,31$  млрд грн, а продовольчих –  $353,5$  млрд грн і  $385,1$  млрд грн відповідно (рис. 9). Прогнозується збільшення товарообороту підприємств через мережу Інтернет, який має скласти  $13,4 \pm 1,5$  млрд грн (рис. 10).

В Україні є велика кількість роздрібних мереж, серед яких можна виділити: «АТБ», «Сільпо», «Metro Cash&Carry Україна», «Ашан Україна», «Велика Кишеня», «Фора», «Брусничка», «Фуршет», «Novus». Лідерами ринку є роздрібні компанії: торгово-промислова група Fozzy Group та «АТБ-Маркет». У результаті проведеного SWOT-аналізу торговельної мережі «Сіль-

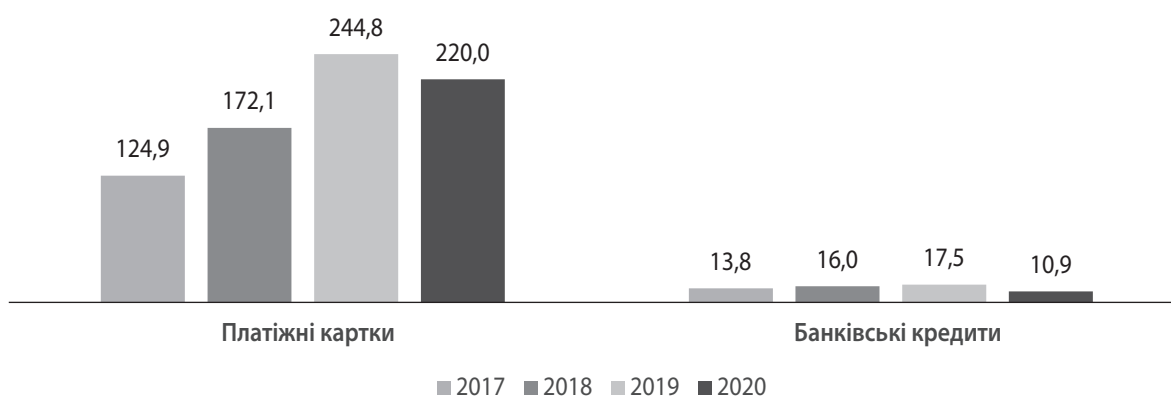


Рис. 8. Обсяги роздрібного товарообороту підприємств за допомогою платіжних карток і за договорами банківського кредиту, 2017–2020 рр., млн грн

Джерело: побудовано за [8].

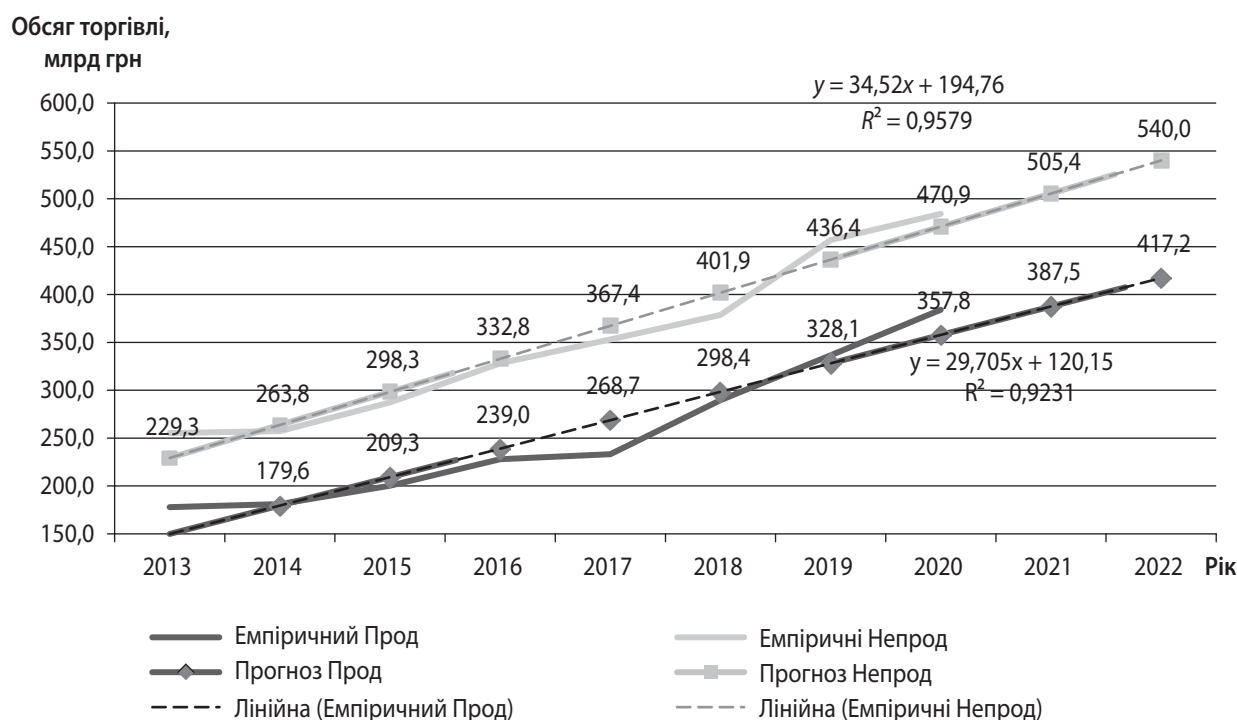


Рис. 9. Прогнозні моделі обсягів продовольчих і непродовольчих товарів на 2021–2022 рр., млрд грн



**Рис. 10. Прогноз обсягів роздрібного товарообороту через мережу Інтернет на 2021 р., млрд грн**

по» було виявлено слабкі та сильні сторони, можливості та загрози, що дає змогу надати рекомендації для покращення діяльності роздрібною торгівлі, наприклад необхідність підвищувати привабливість магазинів не тільки завдяки ціновій політики, але й шляхом збільшення культури обслуговування, надання споживачам широкого вибору послуг і сервісу (рис. 11).

**П**роблеми розвитку роздрібною торгівлі досить актуальні в умовах розвинутого ринку покупців, інакше всі заходи, спрямовані на підвищення ефективності діяльності, будуть неефективними, адже товари не надійдуть до кінцевого споживача своєчасно та у відповідне місце. Також однією з проблем є орієнтація роздрібною торгівлі тільки на готову продукцію, при цьому не охоплюється сировинна складова торгівлі. Роздрібна торгівля характеризу-

ється також низьким рівнем іноземних інвестицій через нестабільну політичну ситуацію в країні, низьку купівельну спроможність населення, нестачу площ для торгівлі тощо. Серед проблем можна виділити і неспроможність роздрібних операторів до кардинальних змін, високу орендну плату та ненасичений торговельною продукцією ринок [6].

На даний момент найважливішим напрямом розвитку роздрібною торгівлі стає використання інноваційних технологій, підвищення продуктивності праці торгового персоналу та повне задоволення потреб населення в сучасних торгових послугах. План розвитку надання послуг викликає особливості процесу складання комплексу послуг операторів роздрібною торгівлі та може бути використано як додатковий параметр визначення торгового формату того чи іншого підприємства. Перспективами подальших



**Рис. 11. SWOT-аналіз торговельної мережі «Сільпо»**

досліджень є дослідження ролі трансформації функцій маркетингу для забезпечення інноваційного розвитку операторів роздрібно торгівлі [7].

Диверсифікація діяльності торгового підприємства та створення власної сервісної інфраструктури дозволить підвищити ефективність діяльності торгового підприємства та забезпечити єдиний стандарт обслуговування, що привабить споживачів і, відповідно, збільшить доходи, підвищить якість реалізованих товарів, що, своєю чергою, допоможе спростити процес реалізації та збільшення обсягів товарообігу; більший асортимент товарів має зацікавити споживачів і збільшити обсяги торгівлі.

## ВИСНОВКИ

Торгівля активно впливає на економіку України, ринкові відносини, конкурентоспроможність суб'єктів господарювання та забезпеченість усім необхідним населення та його рівень життя.

Для розвитку роздрібно торгівлі роздрібним операторам необхідно виставляти якомога більший асортимент товару, щоб зацікавити споживачів новими товарами.

Крім того, на розвиток роздрібно торгівлі активно впливатиме не занадто завищена оренда, наявність якісних товарів, інтенсивне збільшення обсягу товарообігу, насиченість ринку, розвиток мережевих бізнес-одиниць, присутність на ринку іноземних організацій.

Для поліпшення діяльності роздрібно торгівлі необхідно також підвищувати привабливість магазинів. Причому не тільки через цінову політику, але й шляхом збільшення культури обслуговування, надання споживачам широкого вибору послуг. Це також сприятиме зростанню значущості сервісної політики. ■

## ЛІТЕРАТУРА

1. Марков Б. М. Генезис поняття «роздрібна торгівля». *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2016. № 18. С. 27–30. URL: [http://www.ej.kherson.ua/journal/economic\\_18/2/7.pdf](http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_18/2/7.pdf)
2. Кашперська А. І. Ринок роздрібно торгівлі України: стан і тенденції розвитку. *Бізнес Інформ*. 2021. № 4. С. 120–127. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-4-120-127>
3. Проскурніна Н. В. Розвиток роздрібно торгівлі в умовах динамічної природи змін. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2018. Вип. 22. Ч. 3. С. 34–38. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/25362/1/Проскурніна%20Н.%20В..pdf>
4. Стефанишин О. Б. Розвиток внутрішньої торгівлі в Україні на тлі загальних економічних тенденцій. *Innovative Solutions in Modern Science*. 2016. Vol. 3. No. 3. P. 14–25. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/145611705.pdf>

5. Рахман М. С., Білоконь В. О. Вплив структурних зрушень показників ринку роздрібно торгівлі України. *Інфраструктура ринку*. 2018. № 23. С. 359–363. URL: [http://market-infr.od.ua/journals/2018/23\\_2018\\_ukr/63.pdf](http://market-infr.od.ua/journals/2018/23_2018_ukr/63.pdf)
6. Трубей О. Вітчизняна роздрібна торгівля на ринку FMCG. *Вісник КНТЕУ*. 2018. № 4. С. 46–55. URL: <http://visnik.knute.edu.ua/files/2018/04/6.pdf>
7. Подскребко О. С., Іванченко Н. О., Ткаченко В. В. Моделювання системи оцінки підприємств роздрібно торгівлі на основі KPI та процесного підходу. *Бізнес Інформ*. 2021. № 4. С. 66–72. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-4-66-72>
8. Внутрішня торгівля / Державна служба статистики України. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu\\_u/spr.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/spr.htm)

## REFERENCES

- Kashperska, A. I. "Rynok rozdrubnoi torhivli Ukrainy: stan i tendentsii rozvytku" [Ukrainian Retail Market: The State and Development Trends]. *Biznes Inform*, no. 4 (2021): 120-127. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-4-120-127>
- Markov, B. M. "Henezys poniattia «rozdrubna torhivlia»" [Genesis of the Concept «Retail Trading»]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. Seriya «Ekonomichni nauky»*, no. 18 (2016): 27-30. [http://www.ej.kherson.ua/journal/economic\\_18/2/7.pdf](http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_18/2/7.pdf)
- Podskrebko, O. S., Ivanchenko, N. O., and Tkachenko, V. V. "Modeliuvannia systemy otsinky pidpriemstv rozdrubnoi torhivli na osnovi KRI ta protsesnoho pidkhodu" [Modeling of the System of Evaluation of Retail Enterprises on the Basis of KPI and Process Approach]. *Biznes Inform*, no. 4 (2021): 66-72. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-4-66-72>
- Proskurnina, N. V. "Rozvytok rozdrubnoi torhivli v umovakh dynamichnoi pryrody zmin" [The Development of Retail in Terms of the Dynamic Changes]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu*, iss. 22, part 3 (2018): 34-38. <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/25362/1/Проскурніна%20Н.%20В..pdf>
- Rakhman, M. S., and Bilokon, V. O. "Vplyv strukturnykh zrushen pokaznykiv rynku rozdrubnoi torhivli Ukrainy" [Influence of Structural Changes in Indicators of Retail Market of Ukraine]. *Infrastruktura rynku*, no. 23 (2018): 359-363. [http://market-infr.od.ua/journals/2018/23\\_2018\\_ukr/63.pdf](http://market-infr.od.ua/journals/2018/23_2018_ukr/63.pdf)
- Stefanyshyn, O. B. "Rozvytok vnutrishnyoi torhivli v Ukraini na tli zahalnykh ekonomichnykh tendentsii" [Development of the Domestic Trade in Ukraine Against the Background of the General Economic Trends]. *Innovative Solutions in Modern Science*, vol. 3, no. 3 (2016): 14-25. <https://core.ac.uk/download/pdf/145611705.pdf>
- Trubei, O. "Vitchyzniana rozdrubna torhivlia na rynku FMCG" [Domestic Retail Trade in the FMCG Market]. *Visnyk KNTEU*, no. 4 (2018): 46-55. <http://visnik.knute.edu.ua/files/2018/04/6.pdf>
- "Vnutrishnia torhivlia" [Domestic Trade]. *Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy*. [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu\\_u/spr.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/spr.htm)