

# СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО

DOI: 10.31617/3.2024(136)04

УДК 339.9:339.17

**МЕДВЕДЕВА Катерина,**  
магістр, аспірант кафедри маркетингу  
Державного торговельно-економічного  
університету  
вул. Кіото, 19, м. Київ, 02156, Україна  
[k.medvedyeva@knu.edu.ua](mailto:k.medvedyeva@knu.edu.ua)

**MEDVEDIEVA Kateryna,**  
Master, Postgraduate student  
at the Department of Marketing  
State University of Trade and Economics  
19, Kyoto St., Kyiv, 02156, Ukraine  
ORCID: 0000-0001-8298-5429

## ГЛОБАЛЬНІ ДРАЙВЕРИ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

Здійснено комплексний аналіз сучасного стану роздрібною торгівлі в Україні та світі. Особливу увагу приділено вивченню останніх досліджень та публікацій з окресленої теми, праць різних авторів, аналізу динаміки товарообороту, структурних змін у галузі, а також механізмів державного регулювання роздрібною торгівлі в Україні. Проаналізовано динаміку товарообороту в Україні та світі за останні роки, прораховано ланцюгові індекси зміни роздрібною товарообороту, що сприяє визначенню ефективності реалізованих економічних і регуляторних заходів та темпів зростання або спаду галузі порівняно з попередніми періодами. Описано структуру роздрібною товарообороту за видами торгівлі, що дає змогу глибше зрозуміти, які сегменти ринку найбільше впливають на загальний розвиток галузі. Особливу увагу приділено аналізу динаміки товарообороту в мережі "Інтернет" в Україні, де спостерігається суттєве зростання обсягів онлайн-продажів на тлі змін у споживчих уподобаннях та розвитку цифрових технологій. Досліджено тенденції зростання обсягів інтернет-торгівлі, що є важливим чинником формування нових підходів до ведення роздрібною торгівлі й комунікації зі споживачами в умовах глобалізації та цифрової трансформації. Проаналізовано фактори, що впливають на розвиток галузі. Визначено основні тенденції формування роздрібною торгівлі та встановлено головні світові тенденції. Зокрема, розглянуто зростання частки онлайн-продажів, підвищення значущості омніканальності. Зазначено, що глобальні тенденції, як-от сталій розвиток, персоналізація послуг та інтеграція штучного інтелекту, суттєво впливають на розвиток роздрібною торгівлі. Висунуто гіпотезу, що сучасний розвиток роздрібною торгівлі в Україні та світі значною мірою визначається впровадженням цифрових технологій, змінами в споживчих

## GLOBAL DRIVERS OF RETAIL TRADE

The article provides a comprehensive analysis of the current state of retail trade in Ukraine and the world. Special attention is paid to the study of the latest research and publications on the outlined topic, the works of various authors, analysis of the dynamics of trade turnover, structural changes in the industry, as well as the mechanisms of state regulation of retail trade in Ukraine. The dynamics of trade turnover in Ukraine and worldwide over recent years have been analysed, the chain indices of retail turnover changes have been calculated, which allows tracking the effectiveness of implemented economic and regulatory measures and determining the growth or decline rates of the industry compared to previous periods. The structure of retail turnover by types of trade is described, providing a deeper understanding of which market segments have the most significant impact on the overall development of the industry. Special attention is also paid to the analysis of the dynamics of online retail turnover in Ukraine, where there is a substantial increase in the volume of online sales against the backdrop of changing consumer preferences and the development of digital technologies. The growth trends in e-commerce volumes are analysed, highlighting their importance in shaping new approaches to conducting retail trade and communication with consumers in the context of globalization and digital transformation. The factors influencing the development of the industry were analysed. The key trends in retail formation were determined and the main global trends were established. In particular, the growth in the share of online sales and the increase in the significance of omnichannel strategies were considered. It is noted that global trends such as sustainable development, service personalization, and the integration of artificial intelligence have a significant impact on the development of retail trade. It is hypothesized that the current development of



Copyright © Автор(и). Це стаття відкритого доступу, яка розповсюджується на умовах ліцензії Creative Commons Attribution License 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

уподобаннях й ефективністю державного регулювання, що обумовлює структурні зміни в галузі та зростання частки онлайн-продажів. Використано методи аналізу, синтезу, наукового узагальнення та порівняння наукових джерел. З огляду на результати дослідження, надано висновки щодо перспектив розвитку роздрібної торгівлі з урахуванням аналізу даних. Проведене дослідження може бути корисними для представників наукової спільноти у подальшому вивченні тематики, формування стратегій розвитку й адаптації підприємств роздрібної торгівлі в майбутньому.

*Ключові слова:* роздрібна торгівля, цифровізація, товарооборот, продажі, тенденції.

retail trade in Ukraine and the world is largely determined by the introduction of digital technologies, changes in consumer preferences and the effectiveness of state regulation, which causes structural changes in the industry and the growth in the share of online sales. The methods of analysis, synthesis, scientific generalization and comparison of scientific sources were applied. Taking into account the results of the research, the article draws conclusions regarding the prospects for retail trade development based on the data analysis. The conducted research may be useful for the representatives of the scientific community in the process of further studies on this topic, as well as in forming development strategies and adapting retail trade enterprises in the future.

*Keywords:* retail trade, digitalization, trade turnover, sales, trends.

JEL Classification: L11, L81, M30.

## Вступ

Роздрібна торгівля є важливим сектором економіки, що відіграє ключову роль у задоволенні споживчих потреб. Сучасний стан та тенденції розвитку підприємств роздрібної торгівлі стають предметом уваги в контексті швидкоплинного бізнес-середовища. Ринок роздрібної торгівлі переживає значні трансформації через впровадження новітніх технологій. Електронна комерція, цифрові платформи й аналітика даних змінюють способи, у які споживачі здійснюють покупки та взаємодіють з магазинами. Велика увага приділяється інноваціям, як-от використання штучного інтелекту, прогнозування потреб споживачів та побудова лояльної аудиторії.

Інформаційною базою дослідження є публікації щодо сучасного стану та тенденцій розвитку підприємств роздрібної торгівлі. Так, праця Апопія (2020) присвячена аналізу тенденцій розвитку роздрібної торгівлі у контексті використання сучасних технологій та їх впливу на споживчу поведінку. Щитов та ін. (2024) акцентують увагу на аналізі стану та тенденцій розвитку потенціалу електронної комерції в українських підприємствах. Вони досліджують ключові фактори, що впливають на розвиток цього сектора, і розглядають можливі механізми підвищення ефективності електронної торгівлі в сучасних умовах. Слободяник та ін. (2024) розкривають вплив глобалізації на підприємства роздрібної торгівлі, загальний стан роздрібної інтернет-торгівлі, впровадження інноваційних технологій і зростання конкуренції між платформами та компаніями, що сприяє підвищенню якості послуг і розширенню асортименту для споживачів.

Ці праці відображають різні аспекти розвитку підприємств роздрібної торгівлі, що важливо для формування комплексного уявлення про цей сектор економіки і визначення стратегій подальшого розвитку в умовах постійних змін, проте тенденції та перспективи розвитку підприємств роздрібної торгівлі залишаються актуальними і потребують подальшого дослідження. Вивчення сучасного стану та тенденцій

роздрібної торгівлі є критично важливим для розуміння факторів, що впливають на її функціонування. Це уможлиблює розроблення стратегій, спрямованих на забезпечення конкурентоспроможності підприємств, вдосконалення обслуговування клієнтів й адаптацію до змін у споживчих уподобаннях. Розуміння й аналіз цих тенденцій дають змогу підприємствам ефективно відповідати на виклики і залишатися активними у динамічному секторі економіки.

Метою дослідження є встановлення сучасного стану та тенденцій розвитку підприємств роздрібної торгівлі в Україні.

Гіпотеза: сучасний розвиток роздрібної торгівлі в Україні та світі значною мірою визначається впровадженням цифрових технологій, змінами в споживчих уподобаннях й ефективністю державного регулювання, що зумовлює структурні зміни в галузі та зростання частки онлайн-продажів.

Для перевірки висунутої гіпотези використано такі загальнонаукові методи: аналіз та синтез (для оцінки ключових факторів, що впливають на розвиток галузі); порівняння (для ідентифікації основних глобальних трендів, як-от омніканальність і цифрова трансформація); системний підхід (для обґрунтування стратегічних напрямів розвитку роздрібної торгівлі на глобальному рівні); логічне узагальнення (для надання рекомендацій та формулювання висновків на основі проведеного аналізу).

У двох розділах основної частини статті послідовно визначено поточний стан і розвиток роздрібної торгівлі; проаналізовано динаміку та структуру підприємств роздрібної торгівлі в Україні й виділено основні тенденції розвитку роздрібної торгівлі в Україні та світі.

## **1. Розвиток вітчизняної та світової роздрібної торгівлі**

Від початку незалежності України цей сектор сфери господарювання постійно розвивається та модернізується, активно адаптуючи свою діяльність до сучасних умов. Сучасний етап розвитку роздрібної торгівлі започаткований із середини 50-х років ХХ ст., коли почали формуватися перші торговельні мережі. В умовах глобалізації та впливу науково-технічного прогресу (НТП) роздрібна торгівля здатна набувати нових форм, формувати нові інноваційні підходи до торговельного обслуговування та забезпечувати покриття низки потреб суспільства у розподілі споживчих товарів. Специфічними тенденціями сучасної форми роздрібної торгівлі в умовах глобальної економіки є зростання рівня концентрації капіталу, превалювання великих форматів торговельних мереж, поступове витіснення дрібних підприємств з ринку торговельних послуг. В Україні та світі найбільш поширеними є такі форми організації роздрібного торговельного підприємництва: магазини неспеціалізованої торгівлі (гіпермаркет, мегамаркет, супермаркет, магазин біля дому (мінімаркет); магазини спеціалізованої торгівлі (супермаркети непродовольчих товарів, невеликі крамниці за видами спеціалізації – харчові продукти, взуття, одяг) (Гуштан, 2016).

Регулювання роздрібної торгівлі в Україні здійснюється через комплекс законодавчих актів, які спрямовані на створення сприятливого бізнес-середовища, захист прав споживачів, забезпечення якості товарів і послуг, а також на підтримку конкуренції. У табл. 1 представлено законодавчі та нормативні акти, що регулюють різні аспекти роздрібної торгівлі в Україні.

Таблиця 1

Державне регулювання сфери роздрібної торгівлі в Україні

Назва правового документа	Сфера регулювання	Рік	Номер
Конституція України	Регулювання державного устрою, прав, свободи та обов'язків осіб і громадянства, а також принципів організації державної влади і територіальної структури	1996	742-VII
Господарський кодекс України	Регулювання відносин, пов'язаних з організацією та веденням господарської діяльності	2003	436-IV
Податковий кодекс України	Регламентує питання оподаткування суб'єктів, які займаються роздрібною торгівлею	2010	2755-V
Цивільний кодекс України	Регулювання питань договірних відносин між продавцями та покупцями у сфері роздрібної торгівлі	2004	435-IV
Закон України "Про захист прав споживачів"	Захист прав споживачів на якість та безпеку товарів, інформація про товари	1991	1023-XII
Закон України "Про торгово-промислові палати в Україні"	Підтримка торгівлі, сертифікація товарів та послуг, захист інтересів підприємців	1997	671/97-ВР
Закон України "Про захист економічної конкуренції"	Підтримка чесної конкуренції, запобігання монополізації та нечесній конкуренції	2001	2210-III
Закон України "Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності"	Державний нагляд і контроль за дотриманням законодавства у сфері роздрібної торгівлі	2007	877-V
Закон України "Про ліцензування видів господарської діяльності"	Ліцензування певних видів роздрібної торгівлі	2015	222-VIII
Закон України "Про державне регулювання імпорту сільськогосподарської продукції"	Регулювання ввезення сільськогосподарських товарів, встановлення квот і мит	1997	468/97-ВР
Закон України "Про державний ринковий нагляд і контроль нехарчової продукції"	Контроль за відповідністю нехарчової продукції встановленим вимогам та стандартам	2010	2735-VI
Наказ Міністерства економіки України "Про затвердження Правил роздрібної торгівлі непродовольчими товарами"	Регулювання правил роздрібної торгівлі непродовольчими товарами	2007	104
Постанова Кабінету Міністрів України "Про затвердження Порядку провадження діяльності з роздрібною торгівлі алкогольними напоями та тютюновими виробами"	Регулювання ліцензування роздрібною торгівлі алкогольними напоями та тютюновими виробами	2020	854

Назва правового документа	Сфера регулювання	Рік	Номер
Постанова Кабінету Міністрів України "Про затвердження Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів"	Регулювання правил торгівлі та торговельного обслуговування	2020	833
Постанова Кабінету Міністрів України "Про затвердження Порядку маркування товарів на роздрібному ринку"	Регулювання вимог до маркування товарів	2020	1057

*Джерело:* складено автором на основі (Сиротко, 2023).

Основним документом, що регулює безпосередньо сферу роздрібної торгівлі відповідно до чинного законодавства України, є Постанова Кабінету Міністрів України "Про затвердження Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів" № 833 (2006, 15 червня). У цьому документі визначено поняття торговельної діяльності, а також охарактеризовано основні критерії суб'єктів господарювання, що проводять торговельну діяльність. У Постанові Кабінету Міністрів України "Про затвердження правил роздрібної торгівлі непродовольчими товарами" № 104 (2007, 19 квітня) обґрунтовано основні особливості та сутнісні характеристики провадження торговельної діяльності у сфері збуту непродовольчих товарів. Постанови Кабінету Міністрів України деталізують правила торгівлі, включно з маркуванням товарів та умовами продажу специфічних продуктів. Діяльність у сфері роздрібної торгівлі окремими видами товарів, якість алкогольних напоїв та тютюнових виробів підлягають обов'язковому ліцензуванню для їх контролю та запобігання незаконній торгівлі. Антимонопольне законодавство підтримує рівень "здорової" конкуренції на ринку, запобігаючи монополізації. Отже, регулювання роздрібної торгівлі в Україні є складним і багатограним процесом, спрямованим на захист прав споживачів, підтримку конкуренції, контроль якості товарів і послуг, а також на створення сприятливих умов для підприємництва, що у підсумку сприяє економічній стабільності та підвищенню якості життя громадян.

Для характеристики розвитку роздрібної торгівлі в Україні використано дані Державної служби статистики України. Важливим фактором є переведення гривневих показників роздрібного товарообороту у валютний еквівалент за середньозваженим річним курсом НБУ, оскільки аналітика, виражена у вільноконвертованій валюті, є більш об'єктивною. Особливо це підкреслюється гіперзалежністю внутрішніх цін у роздрібній торгівлі від валютної складової. На *рис. 1* наведено динаміку роздрібного товарообороту за 2012–2023 рр.

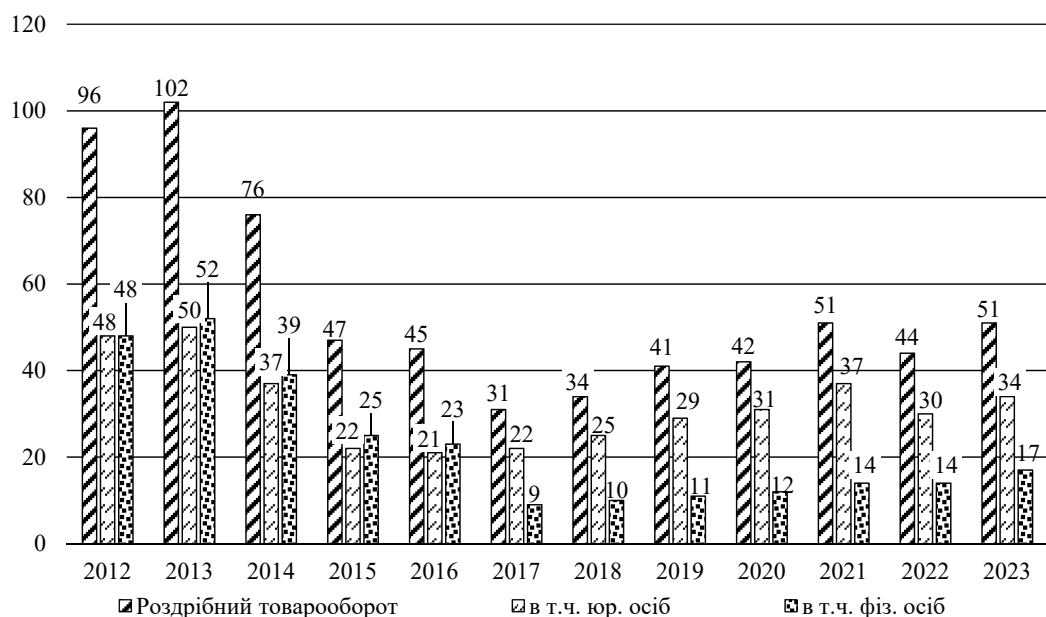


Рис. 1. Динаміка роздрібного товарообороту за 2012–2023 рр., млрд дол. США

Джерело: складено автором за (Ukrstat, б. д.).

На рис. 1 показано, що у 2023 р. обсяг роздрібного товарообороту становив 51 млрд дол. США, у тому числі частка товарообороту в сегменті юридичних осіб (це переважно підприємства роздрібної торгівлі) – 34 млрд дол. США, а в сегменті фізичних осіб (ФОП та дрібні підприємці) – 17 млрд дол. США У валютному еквіваленті впродовж 2012–2023 рр. відбулося суттєве зниження значення обсягу аналізованого показника. Так, за цей період значення роздрібного товарообороту у валютному еквіваленті скоротилося на 47.2%, а з 2013 по 2021 р. скорочення було ще більш суттєвим – на 50.4%. Показники за 2012–2013 рр. зазначені вже з урахуванням окупованих територій, тобто репрезентують ситуацію в тих регіонах, які перебувають у постійному підпорядкуванні Україні. Як свідчать наведені дані, за останнє десятиліття обсяги економічного потенціалу роздрібної торгівлі скоротилися майже у два рази. Це є наслідком впливу війни, яка почалася у 2014 р. та спричинила негативні економічні наслідки. Проте у 2023 р. оборот роздрібної торгівлі зріс на 30% порівняно з 2022 р. та на 26% – з 2021 р., що свідчить про відновлення споживчої активності, а також вказує на адаптацію роздрібних торговців до змін у поведінці споживачів, що дає їм змогу більш точно відповідати запитам різних демографічних груп.

Індекси зміни роздрібного товарообороту за останні 10 років представлено на рис. 2. Дослідження допоможе глибше розуміти економічні зміни та тенденції, що відбуваються на ринку роздрібної торгівлі.

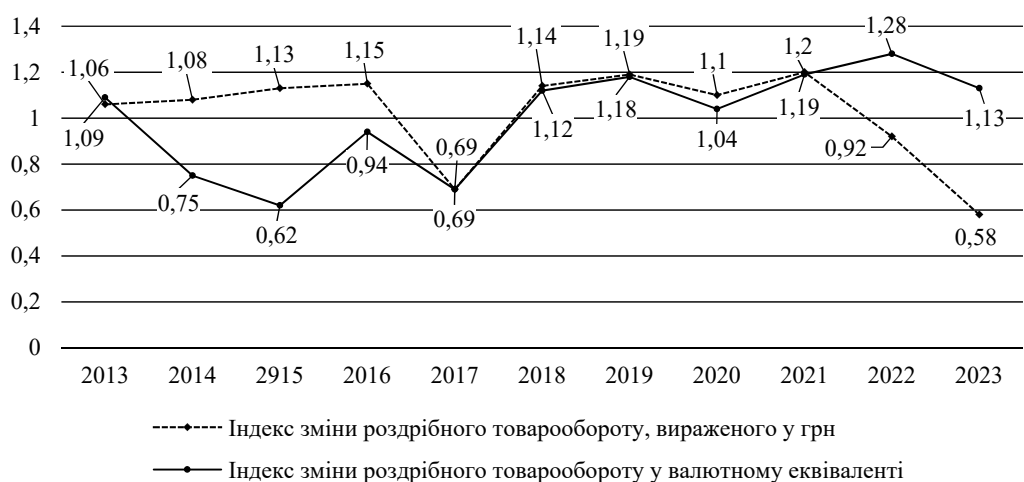


Рис. 2. Динаміка ланцюгових індексів зміни роздрібного товарообороту за 2013–2023 рр., %

Джерело: складено автором на основі (Ukrstat, б. д.).

Зважаючи на показники динаміки обсягу роздрібного товарообороту, виражені у ланцюгових індексах, можна стверджувати, що у 2014–2015 рр. спостерігався значний розрив між показниками, вираженими у валюті та у гривні. Це зумовлено значною девальвацією курсу гривні щодо світових валют. Водночас з 2016 по 2017 р. зафіксовано пік скорочення обсягів товарообороту. У 2017–2021 рр. обсяги товарообороту почали поступово збільшуватися. Індекс зростання коливався в межах 12–20% для показників, виражених у гривні, та в межах 4–19% для показників у валюті.

### 1.1. Товарооборот роздрібної торгівлі України

Розподіл попиту на основні товарні групи в Україні формується під впливом економічної стабільності, купівельної спроможності населення та соціальних змін. Важливо відзначити, що в умовах таких глобальних викликів, як пандемія або війна, попит зазнає значних коливань, що у свою чергу впливає на всю економічну систему країни. Розглянемо розподіл попиту на основні товарні групи серед споживачів. На продовольчі товари припадало 39% – 43% від загального обсягу роздрібного товарообороту (табл. 2). З огляду на економічні зміни, інфляційні процеси та демографічні особливості, розподіл попиту на ці групи товарів зазнає динамічних змін.

Продовольчі товари, включно з м'ясом та м'ясними продуктами, молочними виробами та хлібобулочними продуктами, займають значну частку ринку. Серед інших продовольчих категорій спостерігається підвищений попит на фрукти, овочі, рибу та напої. Непродовольчі товари становлять переважну частку товарообігу, зокрема, найбільший попит мають автомобілі та їхні комплектуючі, фармацевтичні товари, а також одяг і косметика. У сфері паливних ресурсів визначається суттєва частка продажів бензину і дизельного палива, тоді як побутова електроніка та комп'ютерна техніка займають меншу частку загального обсягу продажів.

Таблиця 2

Розподіл попиту на основні товарні групи серед споживачів

Товарна група	Частка, %
<i>Продовольчі товари</i>	
М'ясо та м'ясні продукти	4.8
Риба, ракоподібні та молюски (включно з рибними продуктами)	2.1
Молочні продукти	4.7
Хлібобулочні та борошняні кондитерські вироби	3.6
Фрукти та овочі, свіжі	3.3
Інші напої (безалкогольні)	2.4
Кава, чай, какао та прянощі	1.4
<i>Непродовольчі товари</i>	
Одяг	3.1
Пропан, бутан та метан для автомобілів	2.4
Бензин моторний	4.7
Комп'ютери, периферійне устаткування, програмне забезпечення	1.3
Косметичні товари й вироби для туалетних кімнат	3.3
Автомобілі, деталі та приладдя для них	7.7
Взуття	1
Телекомунікаційне устаткування	2
Інші будівельні матеріали	1.6
Побутові електротовари	2.6
Газойлі (паливо дизельне)	3.8
Фармацевтичні товари	8.4
Інші непродовольчі споживчі та неспоживчі товари	4.6

Джерело: складено автором на основі (Ukrstat.gov.ua., б. д.).

Важливою тенденцією останнього десятиліття є інтенсивний розвиток цифрових технологій, внаслідок чого більшість підприємств роздрібною торгівлі поступово переходять в онлайн-формат. Тому важливо дослідити показники, які характеризують розвиток роздрібною торгівлі в інтернеті на прикладі України та світу.

На рис. 3 наведено динаміку товарообороту в мережі "Інтернет" в Україні за 2019–2023 рр.

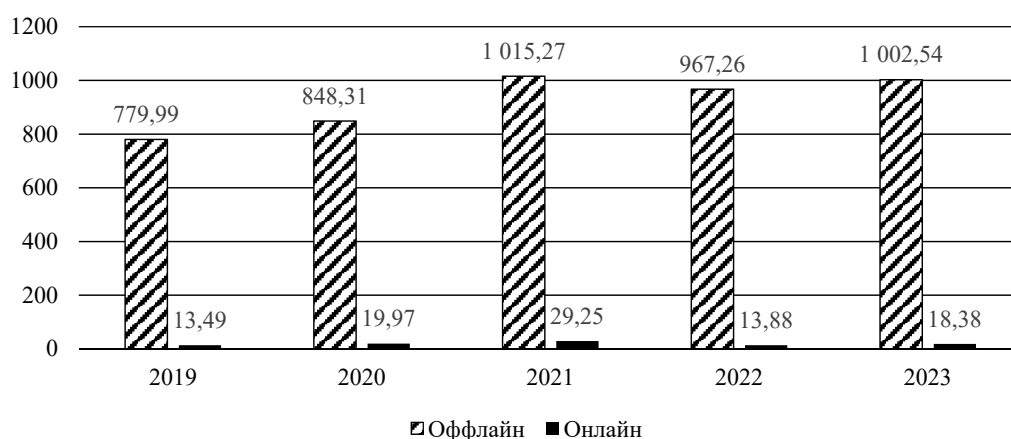


Рис. 3. Динаміка товарообороту в мережі "Інтернет" в Україні за 2019–2023 рр., млрд грн

Джерело: складено автором на основі (Ukrstat, б. д.).



Під час повномасштабної війни після короткочасного зниження обсягів онлайн-торгівлі в лютому – травні 2022 р. ринок почав поступово відновлюватися. Це підтверджується відновленням темпів зростання частки онлайн-торгівлі в загальному обсягу ринку роздрібних продажів, що свідчить про адаптацію бізнесу до нових умов і зростання довіри споживачів до цифрових каналів продажів.

Порівняльний аналіз розподілу складських запасів для онлайн- та офлайн-торгівлі виявляє суттєве відставання традиційної роздрібною торгівлі під час війни. Така ситуація призводить до втрати частини споживачів офлайн-торгівлею, що значною мірою зумовлено її неспроможністю своєчасно реагувати на зміни попиту та нездатністю оперативно забезпечувати наявність необхідних товарів. Натомість онлайн-торгівля демонструє кращу адаптивність, зокрема завдяки використанню сучасних технологій для прогнозування попиту, автоматизації процесів поповнення запасів і швидкому виконанню замовлень. Це приводить до збільшення обсягів онлайн-покупок, оскільки споживачі дедалі більше віддають перевагу зручності та швидкості, яку надає електронна комерція. Забезпечення швидкого отримання замовлень, особливо в умовах обмежень, у результаті сприяє підвищенню довіри до онлайн-торгівлі та збільшує її частку на ринку роздрібних продажів.

### 1.2. Товарооборот роздрібною торгівлі у світі

На рис. 4 проілюстровано динаміку обсягів світового роздрібною товарообороту із зазначенням індексів зміни цього показника. У 2013 р. обсяг світового роздрібною товарообороту становив 21,2 трлн дол. США, у 2014 р. – 22,5 трлн дол. США, а індекс зміни – 1,06. Тобто показник товарообороту за цей період зріс на 6%.

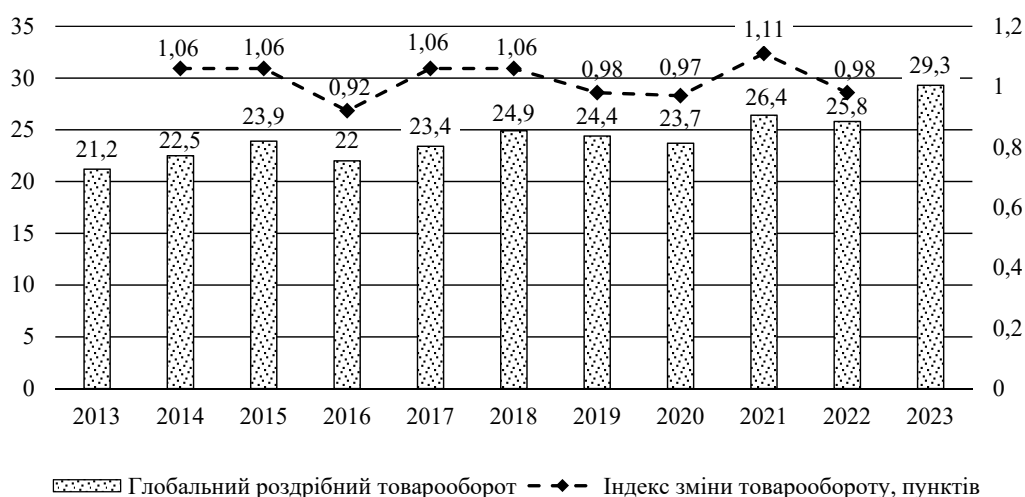


Рис. 4. Динаміка обсягів світового роздрібною товарообороту з індексами зміни за 2013–2023 рр., трлн дол. США

Джерело: складено автором на основі (Sellers Commerce, 2024).

У 2015 р. значення цього показника становило 23.9 трлн дол. США, а показник індексу зміни – 1.06 пункти. У 2019 р. обсяг роздрібного товарообороту у світі скоротився на 2 пункти (індекс зміни – 0.98) і в абсолютному вимірі значення показника становило 24.4 трлн дол. США. Причиною подібної ситуації був початок торговельної війни між Китаєм та США, що суттєво вплинуло на ряд ринків у багатьох країнах світу. У 2020 р. негативний тренд показника продовжився – індекс зміни роздрібного товарообороту становив 0.97 пункти, в абсолютному вимірі його значення становило 23.7 трлн дол. США. У 2021 р. значення аналізованого показника збільшилося на 11 пунктів і склало 26.4 трлн дол. США. 2022 став роком початку повномасштабної війни Росії проти України, що також суттєво вплинуло на світові ринки – обсяг роздрібного товарообороту знову скоротився на 2 пункти і становив 25.8 трлн дол. США. У 2021 р. Північна Америка займала 48.4% світового ринку роздрібною торгівлі. Європа посіла друге місце з часткою 32.7%.

Для порівняння, у Північній Америці розташовано 78 із 250 найбільших роздрібних торговців у світі, тоді як у Європі – 90. Азійсько-Тихоокеанський регіон посів третє місце – на його території у 2021 р. було зосереджено близько 61 торговельних мереж з часткою світового ринку в 15.9%. Тим часом Латинська Америка займала лише 1.6% ринку з 11 провідними роздрібними торговельними мережами, Африка та Близький Схід мали 1.4% з 10 провідними роздрібними торговельними мережами. У 2021 р. обсяг роздрібного товарообороту у США сягнув 6.59 трлн дол. США. Це було досить стрімке зростання на 17.9% порівняно з 5.59 трлн дол. США у 2020 р. Приріст роздрібного товарообороту у США склав 3.3% відносно 2019 р. З 2011 по 2021 рр. ринок роздрібною торгівлі в США мав стабільну тенденцію до помірнього зростання після дворічного падіння через світову фінансову кризу 2009 р. В цілому обсяг роздрібного товарообороту за 2011–2021 рр. у США зріс на 88.4%.

Обсяг роздрібного товарообороту Китаю (іншого великого світового гравця) у 2021 р. становив 6.5 трлн дол. США. У відсотковому вимірі значення показника роздрібного товарообороту зросло на 12.5% порівняно з 2020 р. Хоча Китай зараз є одним з найбільших ринків роздрібною торгівлі у світі, експерти прогнозують значне уповільнення його зростання через високі темпи інфляції, проблеми на ринку нерухомості та зниження споживчого попиту. Однак ця країна залишиться світовим лідером електронної комерції.

Діаграма на *рис. 5* ілюструє розподіл основних товарних категорій у Європейському Союзі за 2023 р. Найбільша частка припадає на харчові продукти, напої та тютюн, що значно переважають інші категорії. Також помітними є частки електротоварів, меблів, текстильних виробів, одягу та взуття, а також автомобільного палива. Менші сегменти діаграми представляють комп'ютерне обладнання, фармацевтичні товари та інші непродовольчі товари, включно з онлайн-замовленнями.

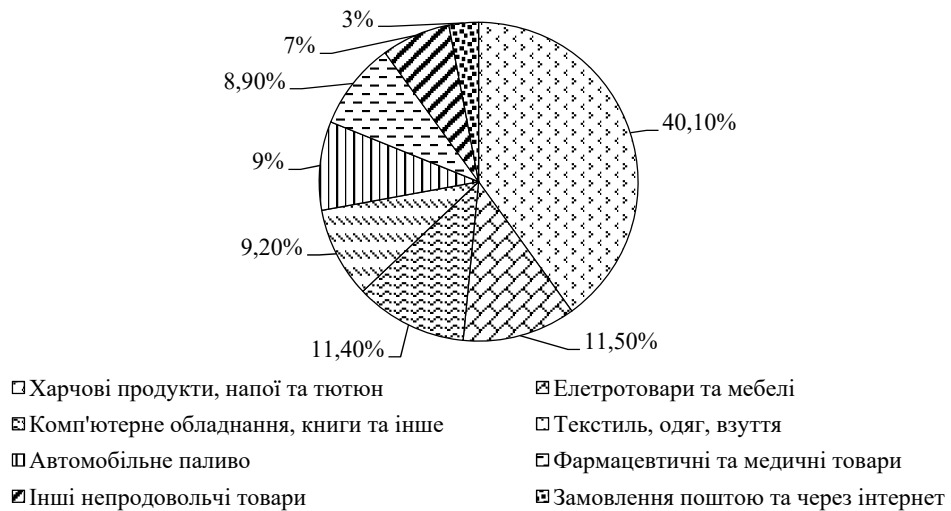


Рис. 5. Структура розподілу товарів за категоріями в ЄС у 2023 р.

Джерело: складено автором на основі (Sellers Commerce, 2024).

На рис. 6 представлено частки країн ЄС у товарообігу. Лідером є Німеччина, яка значно випереджає інші країни. Своєю чергою, Нідерланди, Польща, Бельгія та Швеція займають менш ніж 5% кожна. Ще нижчі внески демонструють Греція, Австрія, Португалія та Данія з частками, що коливаються між 1.5% і 2.4%. До найменших учасників товарообігу належать країни Центральної та Східної Європи, як-от Румунія, Угорщина, Словаччина, Люксембург та Хорватія, кожна з яких має частки менш ніж 1%. Ще менші частки припадають на Болгарію, Словенію, Литву, Латвію, Кіпр та Естонію, які разом займають лише кілька десятих відсотка, а Мальта представлена найнижчою часткою на рівні менш ніж 0.1%.

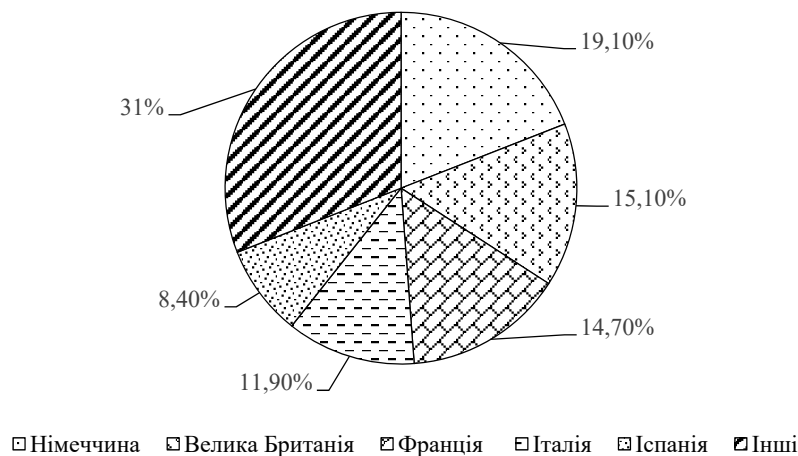


Рис. 6. Розподіл товарообігу між країнами Європи у 2023 р.

Джерело: складено автором на основі (Sellers Commerce, 2024).

Для розуміння обсягів товарообороту представимо найбільші роздрібні підприємства світу (рис. 7).

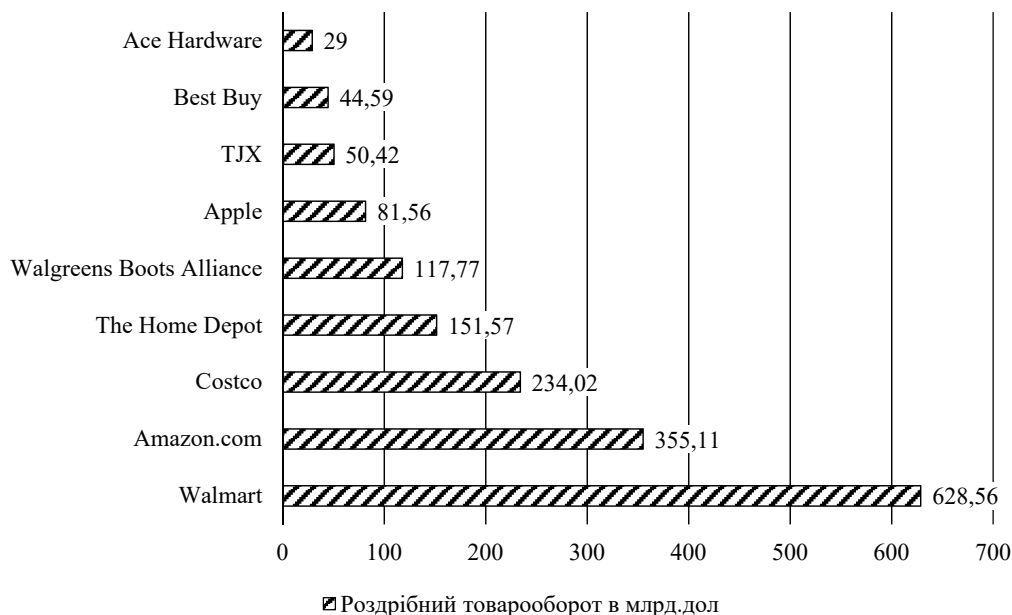


Рис. 7. Обсяги товарообороту найбільших роздрібних підприємств світу (ТОП-10) у 2023 р., млрд дол. США

Джерело: складено автором на основі (Statista, б. д.).

У 2023 р. *Walmart* був найбільшим роздрібним торговцем у світі за показником товарообороту. Його дохід зріс на 3.5% порівняно з 2022 р. Компанія відома своїми великими супермаркетами, універмагами та гіпермаркетами, які пропонують широкий асортимент товарів, включно з харчовими продуктами, електронікою, одягом, побутовою технікою та ін. У топ-5 світу увійшли ще два роздрібних продавці США – *Amazon* на другому місці й *Costco* на третьому. *The Home Sepot* у 2023 р. посів четверте місце – він є однією з найбільших у США мереж роздрібних магазинів, яка спеціалізується на продажу товарів для дому, будівельних матеріалів, інструментів, садівництва й обладнання. Компанія заснована у 1978 р. і з того часу стала провідним гравцем на ринку товарів для будівництва та ремонту. На п'ятому місці – *Walgreens Boots Alliance* – велика американська холдингова компанія, яка займається роздрібною торгівлею фармацевтичними препаратами та продуктами для здоров'я і краси. Збільшення попиту на фармацевтичні продукти може пояснюватися, зокрема, підвищенням уваги споживачів до здоров'я та самопочуття (Statista, б. д.).

Наведемо порівняльну характеристику розвитку роздрібної торгівлі в мережі "Інтернет" в Україні та світі за використанням статистичного показника *CAGR* (*Compound annual growth rate*). На рис. 8 зазначено показники *CAGR* для обсягів роздрібної торгівлі та торгівлі в мережі "Інтернет" в Україні та світі.

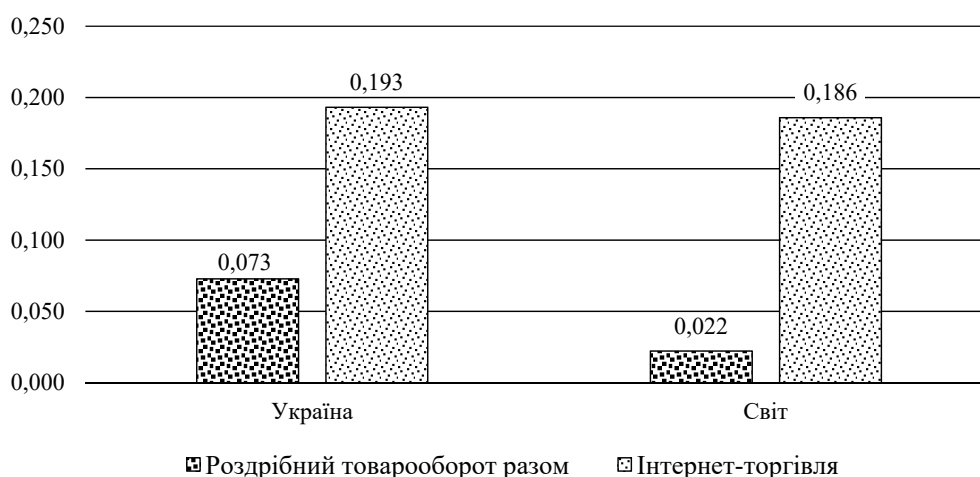


Рис. 8. Динаміка показника *CAGR* для обсягу роздрібногo товарообороту в Україні та світі за 2013–2023 рр., пунктів

Джерело: складено автором на основі (*Ukrstat Walmart*, б. д.; *Statista*, б. д.).

Для розуміння порядку цифр: значення показника *CAGR* за 2013–2023 рр. для України у 0.073 пункти означає, що в середньому щорічний темп приросту цього показника становив 7.3%, а для загальносвітової тенденції наведений показник показав 2.2% щорічного приросту. Отже, дійдемо висновку, що за останні 10 років потенціал зростання роздрібногo товарообороту майже у 3 рази перевищував потенціал зростання відповідно до загальносвітової динаміки.

Значення *CAGR* для інтернет-торгівлі є майже рівним для України та світу (див. *рис. 8*). Електронна комерція за своєю інтенсивністю значно перевищує офлайн-торгівлю. Згідно зі Звітом *GFK* існують різні фактори, які вплинули на довіру споживачів і готовність витратити гроші при здійсненні онлайн-купівель, зокрема: зростання вартості продовольства, енергії та палива, що спричиняє збільшення рівня вартості життя; війна в Україні; стагнація реальних доходів населення на тлі значних темпів інфляції.

У поєднанні з перенасиченням у деяких секторах споживчих технологій і товарів тривалого користування, коли багато споживачів перенесли покупки під час пандемії, перспективи зростання для онлайн-формату в найближчий період свідчать про те, що виробники та роздрібні продавці все більше прагнуть перевести значну частину свого обігу в мережу "Інтернет".

## 2. Сучасні тенденції розвитку підприємств роздрібної торгівлі

Підприємства роздрібної торгівлі постійно адаптуються до мінливої поведінки споживачів, технологічних досягнень і тенденцій ринку. Розуміння цих змін та адаптація до них мають вирішальне значення для

їх стійкого успіху і зростання. Однією з важливих тенденцій, що формують ландшафт роздрібно́ї торгівлі, є стрімка цифрова трансформація. Поширення платформ електронної комерції в поєднанні з висхідною перевагою онлайн-покупок змінило спосіб здійснення покупок споживачами. Роздрібні продавці пропонують безперебійний багатоканальний сервіс і активно користуються аналітикою даних для персоналізації взаємодії з клієнтами. Інтеграція таких технологій, як рекомендаційні системи, керовані штучним інтелектом, і доповнена реальність для віртуальних примірок змінюють досвід покупок, стираючи межі між онлайн- і офлайн- роздрібною торгівлею (Медведєва, 2023).

Важливу роль відіграє акцент на екологічність і етичне споживання. Зі зростанням обізнаності про навколишнє середовище споживачі шукають у роздрібних продавців екологічно чисті продукти, вироблені з дотриманням етичних норм. Роздрібні торговці мають впроваджувати практики в ланцюгах постачання, зменшуючи викиди вуглекислого газу та пропонуючи лінійки екологічно чистих продуктів, що, своєю чергою, виділяє бренд на ринку і розширює аудиторію.

Завдяки стрімкому зростанню використання смартфонів у світі підприємства все частіше розробляють застосунки. Їх використання забезпечує споживачам зручність і швидкість у здійсненні покупок, що сприяє розвитку електронної та мобільної комерції. Це можливість для підприємств розширити аудиторію, підвищити рівень залученості клієнтів і покращити ефективність взаємодії зі споживачами через різні пристрої та підтримувати мобільність (Янковець, 2024).

Еволюція торгових майданчиків змінилась у бік емпіричної роздрібно́ї торгівлі. На сьогодні є істотне зосередження на створенні захопливих і незабутніх вражень для клієнтів. Це передбачає використання інтерактивних дисплеїв, спливаючих магазинів, подій у магазинах та унікальних вражень від бренду, які приваблюють і зачаровують споживачів. Мета – створити почуття спільності й емоційного зв'язку, підвищити лояльність клієнтів та підвищити обізнаність про бренд. Концепція роздрібно́ї торгівлі, що орієнтована на зручність, продовжує набирати обертів, адже споживачі прагнуть максимальної ефективності й заощадження часу під час покупок. Як результат – впровадження інновацій, як-от магазини без касирів, заміна платежів на QR коди, цілодобова доставка, що підвищують зручність та швидкість використання продукції або послуг (*Sellers Commerce*, 2024).

### 2.1. Основні тенденції цифровізації в роздрібно́ї торгівлі

Роздрібна торгівля у світі переживає період швидкої цифровізації. Такі інноваційні технології, як доповнена реальність (AR), віртуальна реальність (VR), штучний інтелект (ШІ), машинне навчання (МН) та Інтернет речей (IoT) змінюють спосіб, у який покупці взаємодіють

з роздрібними торговцями. Сучасні споживачі переміщуються між цифровими, фізичними, віртуальними та соціальними платформами, безперешкодно переходячи від перегляду товарів і дослідження до покупки. Така поведінка покупців еволюціонуватиме й далі, переходячи від дискретного завдання, де люди шукають конкретний товар на певному каналі у визначений час, до фонові взаємодії. Тому важливо виділити основні тенденції на ринку роздрібною торгівлі (*Statista*, б. д.; *Richard Manso*, 2023, March).

*Роздрібна торгівля, орієнтована на вузькоспеціалізовані потреби споживачів:* розвиток продуктів, спеціально розроблених для раніше недостатньо представлених груп споживачів, включно з етнічними меншинами, людьми похилого віку та особами з інвалідністю. Наприклад, бренд *Kimeze* продає елітні окуляри, спеціально розроблені для людей афро-карибського походження, заповнюючи прогалини відсутності товарів на ринку.

*Оmnіканальність та об'єднання онлайн- та офлайн-середовищ:* впроваджують стратегії omnіканального підходу, об'єднуючи фізичні магазини й електронну торгівлю. Це означає можливість покупки товарів через різні канали (онлайн, мобільні додатки, фізичні магазини) зі спільною системою замовлень, доставки та обслуговування клієнтів.

*Розумні технології й аналітика даних:* використання штучного інтелекту, машинного навчання та аналізу великих обсягів даних, що сприяє розумінню споживчого попиту і персоналізації пропозицій для клієнтів.

*Фокус на партнерстві:* чимало підприємств укладають угоди стратегічного партнерства з технологічними стартапами й інноваційними компаніями для впровадження новаторських рішень та покращення клієнтського досвіду.

*Покоління Z стає новою рушійною силою у сфері торгівлі й становить майже 30% загальної чисельності населення світу. Прогнозується, що до 2025 р. вони становитимуть приблизно 27% робочої сили. Це також перше покоління, яке виросло в повністю цифровому світі, проводячи більше часу онлайн, ніж будь-яка інша група, і їхня купівельна спроможність зростає. Роздрібним підприємствам потрібно тестувати нові підходи до комунікації та технології нового покоління для підвищення власних позицій, а також враховувати специфічні звички й уподобання покоління Z, наприклад, як вони шукають поради від надійних джерел в інтернеті. Споживачі покоління Z та міленіали вдвічі частіше за старших покупців зазначають, що перегляд онлайн-відео був найвпливовішою частиною їхнього шопінгу. Зокрема, *YouTube* частіше, ніж інші відео та соціальні платформи, задовольняє основні потреби покоління Z у покупках – чи то під час прийняття швидкого рішення для імпульсивної покупки, чи під час пошуку порад і надійної інформації для більш обдуманого придбання.*

*Роботизація й автоматизація:* запровадження роботів, автоматизованих систем опрацювання замовлень та інших інноваційних рішень сприяє оптимізації процесів складання замовлень, управління складами та забезпечення якості обслуговування. *IoT* об'єднує пристрої, системи та процеси для створення інтелектуальних і взаємопов'язаних роздрібних середовищ. Пристрої з підтримкою *IoT*, як-от "розумні" полиці та *RFID*-мітки, дають змогу відстежувати товарні запаси в режимі реального часу. Це може допомогти роздрібним торговцям скоротити запаси і підвищити точність інвентаризації. Крім того, *IoT* можна використовувати для підвищення залучення покупців за допомогою персоналізованих пропозицій, інтерактивних дисплеїв та технології маячків. Аналітика на базі *IoT* також надає цінні уявлення про поведінку та уподобання покупців, даючи змогу роздрібним торговцям приймати рішення на основі даних та відповідно оптимізувати свою діяльність.

Таким чином, на сучасному етапі розвитку роздрібно́ї торгівлі спостерігається інтенсивна адаптація до ринкових умов, що стимулює впровадження інноваційних технологій, спрямованих на покращання взаємодії з клієнтами й оптимізацію бізнес-процесів. Особливу роль у цьому відіграє висхідний вплив покоління *Z* та міленіалів, чії цифрові вподобання та поведінкові патерни значною мірою формують нові підходи до покупок. Тому для збереження конкурентних позицій на ринку роздрібно́ї підприємствам доведеться адаптуватися до новітніх технологій і враховувати специфічні очікування та звички цих поколінь, зокрема у контексті онлайн-комунікацій і прийняття рішень щодо придбання товарів.

### **Висновки**

Поточний стан та аналіз світового й українського ринку свідчить про подальше зростання ролі онлайн-торгівлі. Сектор роздрібно́ї торгівлі в Україні є динамічною галуззю, що розвивається під впливом сукупності факторів, як-от купівельна спроможність населення, товарний асортимент, розвиток матеріально-технічної бази, конкуренція. З огляду на наведені цифри за останнє десятиліття, обсяги економічного потенціалу роздрібно́ї торгівлі скоротилися майже у два рази, що спричинено війною, яка почалася ще у 2014 р. Проте, попри складні економічні умови та вплив війни, роздрібно́ї торгівля в Україні має значний потенціал для відновлення та подальшого зростання. Особливо важливу роль у цьому процесі відіграє інтенсивний розвиток цифрових технологій, які стають невід'ємною частиною стратегії успіху для підприємств у сучасних умовах.

Основні тенденції розвитку роздрібно́ї торгівлі в Україні та світі містять подальшу цифрову трансформацію, орієнтацію на персоналізовані послуги, сталий розвиток та інтеграцію новітніх технологій. Зокрема, глобальні тренди, як-от використання мобільних додатків, штучного інтелекту й автоматизації процесів, є визначальними для



ефективного функціонування роздрібного сектора. Перехід на цифровий формат дає змогу підприємствам зберігати та навіть розширювати свою ринкову частку, відповідаючи на нові виклики та забезпечуючи стійкість бізнесу в умовах нестабільності. У подальшій перспективі цифровізація стає основним рушієм трансформації роздрібної торгівлі, сприяючи її сталому розвитку й інтеграції у глобальні ринки.

Доведено, що сучасний розвиток роздрібної торгівлі в Україні та світі значною мірою визначається впровадженням цифрових технологій, змінами у споживчих уподобаннях та ефективністю державного регулювання. Проаналізовані дані підтверджують, що ці чинники викликають суттєві структурні зміни в галузі, зокрема зростання частки онлайн-продажів та розвиток омніканальних стратегій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ / REFERENCE

Manso, Richard. (2023, March). <i>The future of retail: Global trends shaping the next 5 years.</i> <a href="https://www.thinkwithgoogle.com/consumer-insights/consumer-trends/future-of-retail">https://www.thinkwithgoogle.com/consumer-insights/consumer-trends/future-of-retail</a>	
Sellers Commerce. (2024, 10 september). <i>Ecommerce statistics for 2024. Growth and trends to watch.</i> <a href="https://www.sellerscommerce.com/blog/ecommerce-statistics/#:~:text=The%20global%20eCommerce%20market%20will,reach%20%248%20trillion%20by%202027">https://www.sellerscommerce.com/blog/ecommerce-statistics/#:~:text=The%20global%20eCommerce%20market%20will,reach%20%248%20trillion%20by%202027</a>	
Statista. (n. d. a). <a href="https://www.statista.com/markets/423/retail-trade/">https://www.statista.com/markets/423/retail-trade/</a>	
Ukrstat. (б. д.). <i>Дані Державної служби статистики України.</i> <a href="https://www.ukrstat.gov.ua">https://www.ukrstat.gov.ua</a>	Ukrstat.gov. (n. d.). <i>Data from the State statistics service of Ukraine.</i> <a href="https://www.ukrstat.gov.ua">https://www.ukrstat.gov.ua</a>
Апопій, В. В., & Чорна, М. В. (2020). Ключові макроекономічні тенденції сучасного розвитку внутрішньої торгівлі України. <i>Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг</i> , 1(31), 148–162.	Apopii, V. V., & Chorna, M. V. (2020). Key macroeconomic trends in the current development of domestic trade in Ukraine. <i>Economic strategy and prospects for the development of trade and services</i> , 1(31), 148–162.
Гуштан, Т. В. (2016). Типи і формати в роздрібній торгівлі: Теоретичні аспекти. <i>Підприємництво і торгівля</i> , (20), 110–116. <a href="http://nbuv.gov.ua/UJRN/Torg_2016_20_22">http://nbuv.gov.ua/UJRN/Torg_2016_20_22</a>	Hushtan, T. V. (2016). Types and formats in retail trade: Theoretical aspects. <i>Entrepreneurship and trade</i> , (20), 110–116. <a href="http://nbuv.gov.ua/UJRN/Torg_2016_20_22">http://nbuv.gov.ua/UJRN/Torg_2016_20_22</a>
Кабінет Міністрів України. (2006, 15 червня). Постанова "Про затвердження Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів" № 833. <a href="https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/833-2006-%D0%BF#Text">https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/833-2006-%D0%BF#Text</a>	CMU. (2016, June 15). Resolution "On approval of the procedure for carrying out trade activities and rules for trade services in the consumer goods market" No. 833. <a href="https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/833-2006-%D0%BF#Text">https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/833-2006-%D0%BF#Text</a>
Кабінет Міністрів України. (2007, 19 квітня). Постанова "Про затвердження Правил роздрібної торгівлі непродовольчими товарами" № 104. <a href="https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1257-07#Text">https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1257-07#Text</a>	CMU. (2007, April 19). Resolution "On Approval of the Rules for Retail Trade of Non-food Products" No. 104. <a href="https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1257-07#Text">https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1257-07#Text</a>

Медведєва, К. (2023). Цифровий брендинг у маркетинговій стратегії підприємств. <i>Scientia fructuosa</i> , 149(3), 33–43. <a href="https://doi.org/10.31617/1.2023(149)03">https://doi.org/10.31617/1.2023(149)03</a>	Medvedieva, K. (2023). Digital branding in the marketing strategy of enterprises. <i>Scientia fructuosa</i> , 149(3), 33–43. <a href="https://doi.org/10.31617/1.2023(149)03">https://doi.org/10.31617/1.2023(149)03</a>
Сиротко, М. В. (2023). Державне регулювання торговельної діяльності в Україні в контексті сучасних глобальних викликів. <i>Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Право</i> , 2(77), 114–120. <a href="https://visnyk-juris-uzhnu.com/wp-content/uploads/2023/06/21-2.pdf">https://visnyk-juris-uzhnu.com/wp-content/uploads/2023/06/21-2.pdf</a>	Syrotko, M. V. (2023). State regulation of trade activity in Ukraine in the context of modern global challenges. <i>Scientific Bulletin of the Uzhhorod National University. Series: Law</i> , 2(77), 114–120. <a href="https://visnyk-juris-uzhnu.com/wp-content/uploads/2023/06/21-2.pdf">https://visnyk-juris-uzhnu.com/wp-content/uploads/2023/06/21-2.pdf</a>
Слободяник, А., Білич, В., Лисий, В., & Дудковський, Т. (2024). Стан цифрової сфери роздрібно інтернет-торгівлі. <i>Київський економічний науковий журнал</i> , (5), 136–142. <a href="https://doi.org/10.32782/2786-765X/2024-5-20">https://doi.org/10.32782/2786-765X/2024-5-20</a>	Slobodianyuk, A., Bilych, V., Lysyi, V., & Dudkovskiy, T. (2024). The state of the digital sphere of retail E-commerce. <i>Kyiv Economic Scientific Journal</i> , (5), 136–142. <a href="https://doi.org/10.32782/2786-765X/2024-5-20">https://doi.org/10.32782/2786-765X/2024-5-20</a>
Щитов, Д. М., Жадько, К. С. & Мормуль, М. Ф. (2024). Стан та тенденції розвитку потенціалу електронної комерції українськими підприємствами. <i>Наукові інновації та передові технології</i> , 8(36), Серія "Управління та адміністрування", Серія "Право", Серія "Економіка", Серія "Психологія", Серія "Педагогіка".	Shchytov, D. M., Zhadko, K. S. & Mormul, M. F. (2024). The state and trends in the development of E-commerce potential by Ukrainian enterprises. <i>Scientific innovations and advanced technologies</i> , 8(36), Series "Management and Administration" Series "Law," Series "Economics," Series "Psychology," Series "Pedagogy".
Янковець, Т. (2024). Мобільні технології цифрового маркетингу в електронній комерції. <i>Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. Серія: Економічні науки</i> , (2), 86–100. <a href="https://doi.org/10.31617/3.2024(133)05">https://doi.org/10.31617/3.2024(133)05</a>	Yankovets, T. (2024). Mobile technologies of digital marketing in E-commerce. <i>Foreign Trade: Economics, Finance, Law. Series: Economic Sciences</i> , (2), 86–100. <a href="https://doi.org/10.31617/3.2024(133)05">https://doi.org/10.31617/3.2024(133)05</a>

**Конфлікт інтересів:** Автор заявляє, що не має фінансових чи нефінансових конфліктів інтересів щодо цієї публікації; не має відносин із державними органами, комерційними або некомерційними організаціями, які могли б бути зацікавлені у поданні цієї точки зору. З огляду на те, що автор працює в установі, яка є видавцем журналу, що може зумовити потенційний конфлікт або підозру в упередженості, остаточне рішення про публікацію цієї статті (включно з вибором рецензентів та редакторів) приймалося тими членами редколегії, які не пов'язані з цією установою.

Стаття підготовлена у межах виконання науково-дослідної роботи "Управління цифровим маркетингом" (номер державної реєстрації 0124U000158) з відповідним фінансуванням.

Медведєва К. Глобальні драйвери роздрібно торгівлі. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2024. № 5. С. 50-67. Серія. Економічні науки. [https://doi.org/10.31617/3.2024\(136\)04](https://doi.org/10.31617/3.2024(136)04)

Надійшла до редакції 26.07.2024.

Отримано після доопрацювання 05.08.2024.

Прийнято до друку 13.08.2024.

Публікація онлайн 21.10.2024.