

# РОЗДІЛ V

## Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

УДК 338.46:37

Лялюк Алла,  
кандидат економічних наук, доцент,  
Волинський національний університет імені Лесі Українки,  
кафедра підприємництва і маркетингу,  
м. Луцьк; ORCID ID 0000-0002-4889-0511  
e-mail: [allalyalyuk@gmail.com](mailto:allalyalyuk@gmail.com)

<https://doi.org/10.29038/2786-4618-2021-02-119-127>

### ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ У ВОЛИНСЬКІЙ ОБЛАСТІ: РЕГІОНАЛЬНІ ФАКТОРИ РОЗВИТКУ

У статті проаналізовано макроекономічні умови розвитку держави; визначено тенденції зростання роздрібного товарообороту в Україні та Волинській області; досліджено взаємозв'язок між рівнем доходів населення та обсягом роздрібного товарообороту у Волинської області; здійснено порівняльний аналіз структури грошових витрат домогосподарств в окремих країнах світу та Волинській області; охарактеризовано основні формати торгової мережі Волинської області; розраховано рівень спеціалізації торгової мережі підприємств роздрібною торгівлі Волині та України; виявлені напрями, за яким роздрібна торгівля у Волинській області відстає від світових тенденцій; запропоновані регіональні фактори розвитку роздрібною торгівлі у Волинській області.

**Ключові слова:** роздрібна торгівля, роздрібна торгова мережа, доходи домогосподарств, грошові витрати домогосподарств

Лялюк Алла,  
кандидат экономических наук, доцент,  
Волынский национальный университет имени Леси Украинки,  
кафедра предпринимательства и маркетинга,  
г. Луцк

### ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В ВОЛЫНСКОЙ ОБЛАСТИ: РЕГИОНАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ

В статье проанализированы макроекономические условия развития государства; определены тенденции роста розничного товарооборота в Украине и Волынской области; исследована взаимосвязь между уровнем доходов населения и объемом розничного товарооборота в Волынской области; осуществлен сравнительный анализ структуры денежных расходов домохозяйств в отдельных странах мира и Волынской области; охарактеризованы основные форматы торговой сети Волынской области; рассчитан уровень специализации торговой сети предприятий розничной торговли Волини и Украины; выявлены направления, по которым розничная торговля в Волынской области отстает от мировых тенденций; предложены региональные факторы развития розничной торговли в Волынской области.

**Ключевые слова:** розничная торговля, розничная торговая сеть, доходы домохозяйств, денежные расходы домохозяйств

Lialyuk Alla,  
PhD in Economics, Associate Professor,  
Lesya Ukrainka Volyn National University,  
Department of Entrepreneurship and Marketing,  
Lutsk

## TRENDS DEVELOPMENT TRENDS IN VOLYN REGION: REGIONAL DEVELOPMENT FACTORS

The article analyzes the macroeconomic conditions of the state; trends of growth of retail trade turnover in Ukraine and Volyn region are determined.

The relationship between the level of household income and the volume of retail trade in the Volyn region In 2017, changes in the income of the population of Ukraine in% to the previous year are slower than in the Volyn region. Thus, if in 2017 the change in the income of the population of Ukraine compared to the previous 2016 was 129.3%, in the Volyn region - 130.4%. However, if in 2014-2015 the change in the volume of purchases of goods and services in% to the previous year in the Volyn region exceeded the pace in Ukraine as a whole, then since 2016 the opposite is happening: all-Ukrainian indicators are growing faster. Therefore, the above leads to the conclusion. that in the Volyn region there is a prospect for further development of retail trade, but these opportunities have not been fully used recently.

A comparative analysis of the structure of cash expenditures of households in some countries and the Volyn region. If we compare with EU countries, then all comparable parameters there is a significant birth. Except for areas such as health care and consumer spending on alcohol and tobacco. (respectively Volyn region - 2.9%, EU countries - 3.9%, Ukraine - 3.1%)

The main formats of the trade network of Volyn region are characterized; the level of specialization of the trade network of retail trade enterprises in Volyn and Ukraine is calculated.

Identified areas in which retail trade in the Volyn region lags behind global trends: rather slow growth of non-cash payments; home delivery of products to the vast majority of retailers is not established; lack of shops without cash registers, etc. The regional factors of development of retail trade in the Volyn region are offered.

**Key words:** retail trade, retail trade network, household income, household cash expenditure

**Постановка наукової проблеми та її значення.** Світовий досвід підтверджує, що існує достатньо тісна залежність між рівнем розвитку сфери торгівлі та рівнем соціально-економічного розвитку регіону. Економічний і соціальний розвиток Волинської області, як і більшості регіонів України, протягом останніх років відбувається в руслі макроекономічних тенденцій. За таких умов проблема розвитку підприємств торгівлі в регіональному аспекті є дуже актуальною, особливо з погляду подолання диспропорцій між попитом і пропозицією.

**Аналіз досліджень цієї проблеми.** Сучасні дослідники вітчизняної внутрішньої торгівлі, зокрема Власова Н. О., Колчкова О. В. Мартинова Л. Б. Ільченко Н. та ін. [2, 4-5], зробили значний внесок щодо теоретичного обґрунтування, практичного узагальнення процесів розвитку торгівлі України на сучасному етапі. Водночас, територіальні аспекти розвитку вітчизняної торгівлі ще залишаються мало дослідженими, і потребують додаткового аналізу і оцінки.

**Мета і завдання статті.** Дослідити тенденції розвитку роздрібної торгівлі у Волинській області, проаналізувати стан роздрібної мережі; визначити напрями, за яким роздрібна торгівля у Волинській області відстає від світових тенденцій та виявити приховані резерви щодо її подальшого розвитку.

**Вклад основного матеріалу** Для того, щоб виділити тенденції та проблеми регіонального розвитку роздрібної торгівлі необхідно проаналізувати макроекономічні умови розвитку держави протягом останніх років (табл 1).

Таблиця 1

Динаміка ВВП України та валового регіонального продукту Волинської області у 2014 - 2018 рр.

Показники	2014	2015	2016	2017	2018
ВВП України у фактичних цінах млн.грн.	1586915	1988544	2385367	2983882	3560596
Індекси ВВП України (у цінах попереднього року)	<b>93,4</b>	<b>90,2</b>	<b>102,4</b>	<b>102,5</b>	<b>103,4</b>
Валовий регіональний продукт Волинська область	24195	31688	35744	51972	60448

Індекси фізичного обсягу валового регіонального продукту (у цінах попереднього року, %)	101,1	95,3	108,2	105,3	103,7
Валовий регіональний продукт цінах у розрах на 1 особу грн	23218	30387	34310	49987	58297
ВВП України у фактичних цінах у розрах на 1 особу грн	36904	46413	55899	70233	84235
ВВП у порівняльних цінах до попереднього року	1369190	1431826	2037084	2444191	3085492
ВВП у у порівняльних цінах до попереднього на 1 особу	31841	33419	47738	57530	72995

Джерело: 2, 3

За даними табл 1. видно, що індекси фізичного обсягу валового регіонального продукту по Волинській області протягом останніх років зростали вищими темпами ніж індекси ВВП України. Проте, валовий регіональний продукт у цінах у розрахунку на 1 особу в грн протягом досліджуваного періоду був менший ніж ВВП України у фактичних цінах у розрах на 1 особу грн. Так, якщо ВВП України у фактичних цінах у розрах на 1 особу грн у 2018 р. становив 84235, то по Волинській області валовий регіональний продукт склав лише 58297.

Найбільш універсальним показником, що характеризує масштаби і рівень задоволення попиту населення на споживчому ринку, свідчить про обсяги залучення купівельних фондів населення та в цілому є індикатором рівня його життя, є роздрібний товарооборот [1]. Динаміка даного показника є свідченням розвитку виробництва і його стимулювання, сприяння прискоренню обороту капіталу виробничих підприємств і стану грошового обігу. Тобто роздрібний товарооборот підприємств торгівлі є характеристикою соціально-економічного розвитку регіону (країни).

З іншого боку, роздрібний товарооборот є основним валовим показником діяльності підприємств торгівлі, який визначає ступінь проникнення підприємства на ринок, його конкурентну позицію, характеризує можливості і темпи розвитку торговельного підприємства в перспективі, створює економічну основу для отримання доходу і прибутку, є визначальним показником для формування ресурсного потенціалу підприємств галузі. У зв'язку з цим, Н. О. Власова О. В. Колчкова пропонують дослідження регіональних тенденцій розвитку підприємств торгівлі розпочинати зі з'ясування сучасних тенденцій розвитку роздрібно товарообороту у територіальному розрізі під впливом регіональних факторів [1].

З цією метою дослідимо взаємозв'язок між рівнем доходів населення Волинської області та обсягом роздрібно товарообороту, тобто з'ясуємо вплив розміру доходів споживачів на найважливіший показник розвитку підприємств торгівлі – роздрібний товарооборот.

Роздрібний товарооборот підприємств роздрібно торгівлі в Україні (юридичних осіб), млн.грн у 2019 р. становив у 2019 р. 793479,2 млн.грн, Індекс фізичного обсягу роздрібно товарообороту України (у порівнянних цінах) до відповідного періоду попереднього (2018 р.) року, % склав 111,4 %. Загалом протягом 2014-2019 р. спостерігалася стійка тенденція до зростання роздрібно товарообороту.

Індекс фізичного обсягу роздрібно товарообороту Волинської області (у порівнянних цінах) також мав тенденцію до зростання, однак темпами нижчими ніж по Україні. Відповідно, якщо роздрібний товарооборот в Україні у розрахунку на 1 особу у 2019 становив 18,9 тис.грн, то по Волинській області цей показник складає 11,7 тис.грн (табл.2).

Таблиця 2

#### Аналіз роздрібно товарообороту в Україні та Волинській області

Показники	2014	2015	2016	2017	2018	2019
1	2	3	4	5	6	7
Роздрібний товарооборот підприємств роздрібно торгівлі в Україні (юридичних осіб), млн.грн	438342,7	477966,6	555975,4	586330,1	668369,6	793479,2
Індекс фізичного обсягу	90,0	96,1	104,5	106,0	105,8	111,4

роздрібного товарообороту України (у порівнянних цінах) до відповідного періоду попереднього року, %						
Роздрібний товарооборот Волинської області млн.грн	8883,8	10881,6	11607,1	9606,1	10288,3	12119,0
Індекс фізичного обсягу роздрібного товарообороту Волинської області (у порівнянних цінах), %	88,4	88,0	97,9	85,7	103,1	110,1
Середня чисельність населення у звітному році в Україні	43001000	42844900	42675000	42485473	42269802	42027809
Роздрібний товарооборот в Україні у розрах на 1 особу тис.грн	10,2	11,6	13,0	13,8	15,8	18,9
Середня чисельність населення у звітному році у Волинській області	1042,1	1042,8	1041,8	1039705	1036893	1033375
Роздрібний товарооборот у Волинській області у розрах на 1 особу тис.грн	8,5	10,4	11,1	9,2	9,9	11,7

Джерело : розраховано автором за [2,3]

Проте, аналіз доходів населення України та Волинської області у 2014 -2017 р. засвідчив протилежну тенденцію (табл.3). У 2017 р. зміни обсягу доходів населення України у % до попереднього року відбуваються нижчими темпами ніж у Волинській області. Так, якщо у 2017 р. зміна обсягу доходів населення України по відношенню до попереднього 2016 року становила 129,3 %, то по Волинські області – 130,4 %.

Таблиця 3

**Доходи населення України та Волинської області у 2014-2017 р**

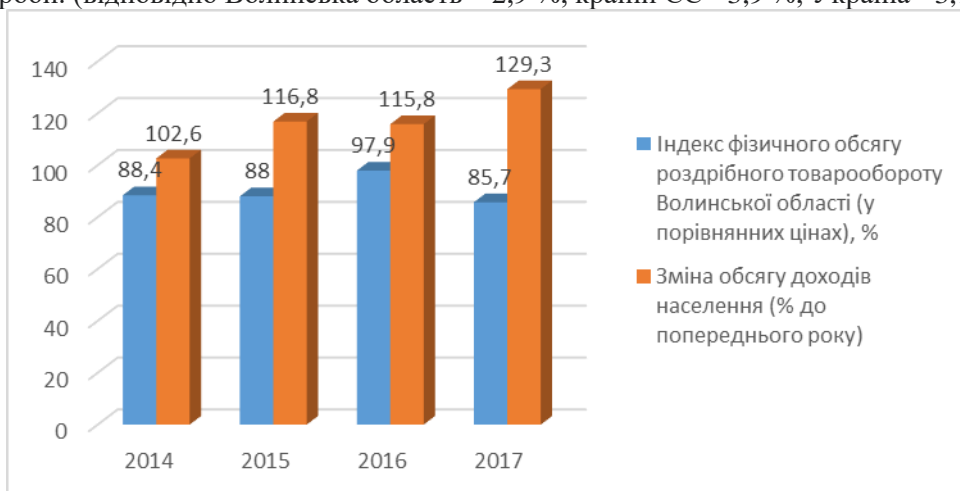
Показник	2014	2015	2016	2017
Доходи (млн. грн.) Україна	1 516768	1 772 016	2 051 331	2 652 082
Волинська область	27 986	34 064	40 792	53 204
Наявний дохід у розрахунку на одну особу (тис.грн.) Україна	26 782,1	31 803,1	37 079,9	47 269,7
Волинська область	20 137,2	24 979,9	30 012,5	38 514,0
Зміна обсягу доходів населення (% до попереднього року) Україна	102,6	116,8	115,8	129,3
Волинська область	104,0	121,7	119,8	130,4
Зміна обсягу придбання товарів та послуг (% до попереднього року) Україна	106,1	119,1	117,4	128,2
Волинська область	115,4	129,3	113,3	116,4

Джерело: [3]

Однак якщо у 2014-2015 роках зміна обсягу придбання товарів та послуг у % до попереднього року у Волинській області перевищувала темпи загалом по Україні, то починаючи з 2016 р. відбувається навпаки: загальноукраїнські показники зростають швидшими темпами. Також зміна обсягу доходів населення Волинської області (% до попереднього року) протягом 2014 - 2017 р. Відбувалася значно більшими темпами ніж індекс фізичного обсягу роздрібного товарообороту Волинської області (у порівнянних цінах), % (рис.1). Отже, вищенаведене приводить до висновку, що у Волинській області є перспектива для подальшого розвитку роздрібної торгівлі, але ці можливості останні часом не використані повною мірою.

Порівняльний аналіз структури грошових витрат домогосподарств у окремих країнах світу та Волинській області у 2016 р (табл.4) показує, що витрати домогосподарств на товари і послуги, що реалізуються через роздрібну торгівельну мережу у Волинській області становлять 59,7 % від усіх витрат, що менше ніж по Україні загалом (67,0 %) і порівняно знаходиться на одному рівні з Росією (57,6 %).

Якщо порівнювати з країнами ЄС, то по усіх порівнюваних параметрах спостерігається значне розходження. За винятком таких сфер як охорона здоров'я і споживчі витрати на алкогольні напої і тютюнові вироби. (відповідно Волинська область – 2,9 %, країни ЄС - 3,9 %, Україна - 3,1%



**Рис.1.** Динаміка росту роздрібного товарообороту і доходів населення Волинської області у 2014-2017 роках

Таблиця 4

**Структура грошових витрат домогосподарств в окремих країнах світу та Волинській області у 2016 р.**

	Україна	Волинська область	ЄС-28	Білорусь	Казахстан	Росія
Споживчі витрати – всього	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Продукти харчування та безалкогольні напої	53,4	45,3	12,2	39,0	46,0	32,3
Алкогольні напої Тютюнові вироби	3,1	2,9	3,9	3,3	1,9	3,1
Житло, вода, електроенергія, газ та інші види палива	17,2	10,7	24,5	7,1	12,7	11,3
Одяг і взуття	6,0	8,6	4,9	7,9	11,2	9,2

Предмети домашнього вжитку, побутова техніка та поточне утримання житла	1,8	2,9	5,5	6,0	5,8	5,9
Різні товари і послуги	2,7	-	11,5	8,7	2,9	7,1
Витрати домогосподарств на товари і послуги, що реалізуються через роздрібну торгівельну мережу	67,0	59,7	38,0	64,9	67,8	57,6
Транспорт і зв'язок	6,4	7,9	15,4	14,6	11,6	16,6
Відпочинок і культура	1,5	1,2	8,5	8,8	1,1	6,7
Освіта	1,1	0,5	1,2		2,4	0,8
Ресторани і готелі	2,4	1,9	8,6		2,5	3,5
Охорона здоров'я	4,5	4,0	3,9	4,6	1,9	3,6

Джерело: [2, 6]

Розробка форматів для типів магазинів у Волинській області здійснюється суб'єктами господарювання, насамперед керівництвом торговельної мережі, з метою визначення єдиних стандартів управління бізнесодиницями в межах складної диверсифікованої структури з широкою географією діяльності. Структура торгової мережі Волинської області подана на рис.2

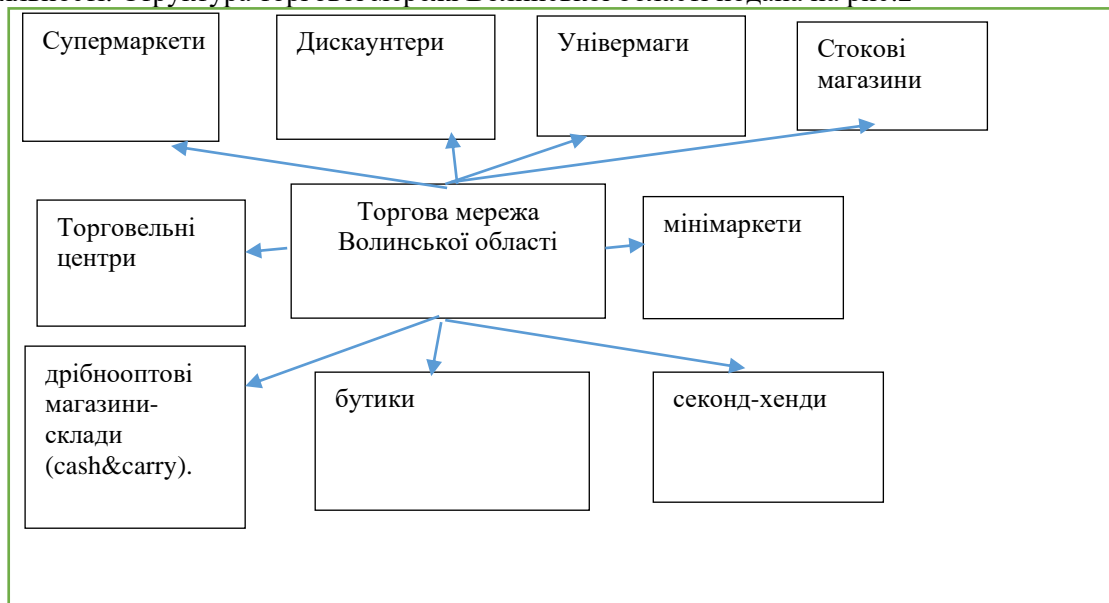


Рис. 2. Структура торгової мережі Волинської області

Основними форматами для торгових мереж Волинської області стають торгові мережі дискаунтерів «АТБ-Маркет» і супермаркетів «Сільпо». Дискаунтер має перспективи свого подальшого поширення на вітчизняному ринку, але поки що не внесений до Національного стандарту термінів в оптовій та роздрібній торгівлі [4]

Торгова мережа Волинської області представлена також стоковими магазинами – це неспеціалізовані магазини, в якому продають залишки товарів відомих торговельних марок з минулорічних колекцій за зниженими цінами, нереалізовані у торговельній мережі в сезон залишки надвиробництва, а також такі, що містять заводський брак, були конфісковані на митниці або фальсифіковані. Відносно новим для регіонального ринку типом магазину є бутики – невеликі за

розміром торговельної площі (до 200 м<sup>2</sup>) вузькоспеціалізовані салон-магазини з продажу модних, ексклюзивних та унікальних товарів, розраховані на обмежений сегмент покупців з високим рівнем доходів. Дослідження структурно-територіальної організації роздрібно торгівлі Волинської області зафіксувало появу на ринку ще одного, специфічного типу магазинів, орієнтованих на продаж одягу, взуття та аксесуарів, що були у вжитку, за низькими цінами на вагу або поштучно-секонд-хенди.

Серед найбільш істотних структурних змін у роздрібній торгівлі Волині на сучасному етапі розвитку слід відзначити появу та активний розвиток відносно нового для вітчизняної практики здійснення підприємницької діяльності великого торговельного об'єкта – торговельного центру «Port City», а також поступове зростання сили і його впливу на формування конкурентного середовища на регіональному ринку і, зокрема, на ринку Луцька. Серед структурних змін в оптовій торгівлі Волинської області слід відзначити появу нового типу торговельного об'єкта – дрібнооптових магазинів-складів (cash&carry).

Крім того, продуктові торговельні мережі починають розвивати мініформати «магазини біля будинку», який визначається як невеликий магазин, призначений для забезпечення повсякденних потреб покупців, що проживають у радіусі пішохідної доступності. Розташовується він, як правило, на першому поверсі житлового будинку.

Якщо порівнювати рівень спеціалізації торгової мережі підприємств роздрібно торгівлі Волині із загальним показником по Україні, то частка спеціалізованих магазинів, що здійснюють продаж непродовольчих товарів, становить 96,1 %. Це є вище як по країні, так і по інших областях Західної України. Тоді як частка спеціалізованих магазинів, що здійснюють продаж продовольчих товарів, є на багато нижчою не тільки від загалом по Україні, але і в порівнянні з іншими областями: Рівненською, Тернопільською та Львівською (табл.5)

Таблиця 5

**Торгова мережа підприємств роздрібно торгівлі, основним видом економічної діяльності яких є роздрібна торгівля, за видами економічної діяльності по регіонах станом на 1 січня 2018 року**

Показники	Україна	Волинська область	Рівненська область	Львівська область	Тернопільська область
<b>Усього</b>	<b>38655</b>	970	1177	3066	784
У тому числі об'єкти підприємств, що здійснюють продаж переважно - <i>продовольчих товарів</i>	<b>14471</b>	382	463	1484	336
з них у спеціалізованих магазинах	<b>2635</b>	12	20	658	70
у неспеціалізованих магазинах	<b>11836</b>	370	443	826	266
- <i>непродовольчих товарів</i>	<b>23920</b>	586	651	1578	447
з них у спеціалізованих магазинах	<b>22318</b>	563	622	1513	429
у неспеціалізованих магазинах	<b>1602</b>	23	29	65	18
- з лотків і на ринках	<b>71</b>	-	62	-	-
- позамагазинами	<b>193</b>	2	1	4	1
Частка спеціалізованих магазинів, що здійснюють продаж <i>продовольчих товарів</i> , %	18,2	3,1	4,3	44,3	20,8
Частка спеціалізованих магазинів, що здійснюють продаж <i>непродовольчих товарів</i> , %	93,3	96,1	95,5	95,9	96,0

Джерело: розраховано автором за: 2, 3

Незважаючи на значне урізноманітнення торговельної мережі, роздрібна торгівля у Волинській області відстає від світових тенденцій за такими напрямками як:

- досить повільне зростання безготівкової оплати;



- відсутність розвитку систем електронних платежів Google Pay та Apple Pay за допомогою гаджетів;
- доставка продуктів до дому у переважній більшості роздрібних торговців не налагоджена;
- критеріями вибору магазину залишається близькість розташування до покупця, а пропозиція найкращого співвідношення ціна-якість - не всі товари мають належне маркування;
- боротьба за покупців є слабкою (кількість промоакцій);
- не відбувається стирання меж між онлайн та офлайнторгівлею;
- експансія національних торговельних мереж поглиблюється в регіони
- слабкий мультиканальний рітейл (запуск мобільних додатків та Інтернетмагазинів);
- відсутність магазинів без кас.

**Висновки та перспективи подальшого дослідження.** Всупереч поширеній думці про кінець епохи традиційних магазинів, фізичні магазини роздрібної торгівлі У Волинській області, як і загалом у світі будуть розвиватися. Для цього у регіоні повинен з'явитися новий клас рітейлерів, які пропонують такий купівельний досвід, що відповідає або навіть перевершує очікування покупців. Тобто покупці повинні приходити до магазинів щоб отримати емоції і враження. Іншими словами, магазини мають стаюти центрами формування купівельних вражень. Якщо традиційно основною одиницею виміру ефективності діяльності торгового підприємства був обсяг продажу, що припадає на одиницю площі торговельного залу, то у перспективі таким показником стає такий показник як купівельний досвід на одиницю площі. Одним із засобів досягнення успіху має бути впровадження магазинів без продавців (магазини випробовують електронні цінники, інформаційні кіоски, мобільні рішення, системи оптимізації графіків роботи) та відео аналітики (розпізнавання осіб під час оплати на касі).

#### Джерела та література

1. Власова Н. О. Роздрібні торговельні мережі: регіональні фактори розвитку: монографія / Н. О. Власова О. В. Колчкова. Харків, 2012 [Електронний ресурс]: Режим доступу:[http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/14375/1/Vlasova\\_Rozdribni\\_2012.pdf](http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/14375/1/Vlasova_Rozdribni_2012.pdf)
2. Головне управління статистики у Волинській області [Електронний ресурс]:– Режим доступу: <http://www.lutsk.ukrstat.gov.ua>
3. Доходи та витрати населення України у 2017 р. Статистичний збірник Київ 2019 р.[Електронний ресурс]: – Режим доступу: [https://ukrstat.org/uk/druk\\_publicat/kat\\_u/2019/zb/02/zb\\_dvn2017.pdf](https://ukrstat.org/uk/druk_publicat/kat_u/2019/zb/02/zb_dvn2017.pdf)
4. Ільченко Н. Тезарус сучасної торгівлі України / Н. Ільченко, О. Кавун // ВІСНИК КНТЕУ.2016. - № 1 [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <http://visnik.knute.edu.ua/files/2016/01/5.pdf>
5. Мартинова Л. Б. Вплив глобалізації на розвиток рітейлу / Л. Б. Мартинова, В. В. Соколовська //Економіка та держава. № 2019 - № 10 [Електронний ресурс]: – Режим доступу: [http://www.economy.in.ua/pdf/10\\_2019/5.pdf](http://www.economy.in.ua/pdf/10_2019/5.pdf)
6. Як виглядає структура споживчих витрат у домогосподарствах України та окремих країн світу? [Електронний ресурс]:– Режим доступу: <http://edclub.com.ua/analytika/yak-vyglydaye-struktura-spozhyvchyh-vytrat-u-domogospodarstvah-ukrayiny-ta-okremyh-krayin>

#### References

1. Vlasova N. O., Kolchkova O. V. (2012) Rozdribni torgovel`ni merezhi: regional`ni faktory` rozvy`tku: monografiya [Retail trade networks: regional factors of development: monograph] Xarkiv, Retrieved from:[http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/14375/1/Vlasova\\_Rozdribni\\_2012.pdf](http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/14375/1/Vlasova_Rozdribni_2012.pdf) [in Ukrainian].
2. Golovne upravlinnya statystryky u Volyns`kij oblasti [Main Department of Statistics in Volyn region] Retrieved from: <http://www.lutsk.ukrstat.gov.ua> [in Ukrainian].
3. Dohody ta vytraty naselennya Ukrayiny u 2017 r. ( 2019) Statystychnyj zbirnyk Kyyiv [Incomes and expenditures of the population of Ukraine in 2017. Statistical collection Kyiv 2019] Retrieved from: [:https://ukrstat.org/uk/druk\\_publicat/kat\\_u/2019/zb/02/zb\\_dvn2017.pdf](https://ukrstat.org/uk/druk_publicat/kat_u/2019/zb/02/zb_dvn2017.pdf) [in Ukrainian].
4. Il`chenko N. Kavun O. (2016) Tezarus suchasnoyi torgivli Ukrayiny VISNY`K KNTEU. [Thesaurus of modern trade of Ukraine] *BULLETIN KNTEU.*№1 Retrieved from: <http://visnik.knute.edu.ua/files/2016/01/5.pdf> [in Ukrainian].



5. Martynova L. B., Sokolovska V. V. (2019) Vplyv globalizaciyi na rozvytok ritejlu [Influence of globalization on the development of retail] *Ekonomika ta derzhava Economy and State*. № 10 Retrieved from: [http://www.economy.in.ua/pdf/10\\_2019/5.pdf](http://www.economy.in.ua/pdf/10_2019/5.pdf) [in Ukrainian].

6. Yak v`glyadaye struktura spozhyvchyx vytrat u domogospodarstvax Ukrayiny ta okremykh krayin svitu? (n.d) [What is the structure of consumer spending in households in Ukraine and some countries?] Retrieved from: <http://edclub.com.ua/analityka/yak-vyglyadaye-struktura-spozhyvchyh-vytrat-u-domogospodarstvah-ukrayiny-ta-okremykh-krayin> [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 21.04.2021 р.