

Г. М. КОПТЄВА, О. С. ШУМІЛО, О. Л. ШЕЛЕСТ
МЕРЕЖЕВИЙ РИТЕЙЛ В УКРАЇНІ: ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТА СТРУКТУРНІ
ТРАНСФОРМАЦІЇ

У статті досліджено сучасні тенденції розвитку мережевого ритейлу України в умовах цифровізації економіки, глобальних кризових викликів та воєнного впливу. Обґрунтовано, що роздрібна торгівля залишається одним із найдинамічніших секторів національної економіки, який формує значну частку внутрішнього валового продукту, забезпечує зайнятість населення та є важливим індикатором економічної стійкості країни. На основі офіційних статистичних даних Державної служби статистики України проаналізовано динаміку обороту роздрібною торгівлі у 2019–2024 роках, що дозволило виявити як кризові зниження, так і відновлювальні тенденції. Визначено регіональні та структурні зрушення, спричинені воєнними діями, внутрішньою міграцією населення та перерозподілом торговельної активності між східними і західними регіонами. Здійснено оцінку трансформацій ринку, пов'язаних із цифровізацією операційних процесів, розвитком омніканальних форматів, оптимізацією логістичних ланцюгів і формуванням нових моделей взаємодії зі споживачами. Показано, що цифрові технології, електронна комерція та системи аналітики попиту стають основними драйверами ефективності мережевих операторів, визначаючи їхню здатність адаптуватися до змін споживчої поведінки. Сформовано узагальнену характеристику провідних торговельних мереж України за результатами 2024 року, що підтверджує стабілізацію фінансових показників і відновлення прибутковості галузі. Визначено ключові напрями подальшого розвитку ритейлу: розширення цифрової інфраструктури, підвищення гнучкості бізнес-моделей, розвиток регіонально збалансованих форматів торгівлі та посилення соціальної відповідальності бізнесу. Отримані результати мають наукове та практичне значення для формування стратегій післявоєнного відновлення та підвищення конкурентоспроможності українського мережевого ритейлу.

Ключові слова: торговельна мережа; ритейл; мережевий ритейл; формати ритейлу; тренди розвитку мережевого ритейлу; структурні трансформації; регіональний розвиток, споживча поведінка, сталий розвиток

H. KOPTIEVA, O. SHUMILO, O. SHELEST
NETWORK RETAIL IN UKRAINE: DEVELOPMENT TRENDS AND STRUCTURAL
TRANSFORMATIONS

The article investigates the current trends and structural transformations of network retail in Ukraine under the conditions of economic digitalization, global crisis challenges, and the impact of the ongoing war. It is substantiated that retail trade remains one of the most dynamic and socially significant sectors of the national economy, contributing substantially to GDP formation, employment, and household welfare. Based on official data from the State Statistics Service of Ukraine, the dynamics of retail trade turnover in 2019–2024 were analyzed, revealing both the contraction phase caused by the full-scale invasion and the subsequent recovery trends of 2023–2024. The study identifies regional and structural shifts associated with the redistribution of trade activity from the eastern to the western macroregions as a result of population migration, business relocation, and logistical restructuring. The research emphasizes the role of digital transformation in shaping modern retail formats - including the development of omnichannel sales models, automation of business processes, implementation of data-driven analytics, and expansion of e-commerce. It is shown that digitalization enhances retailers' adaptability to changes in consumer behavior, particularly the demand for safety, speed, and convenience. A comparative assessment of the top Ukrainian retail chains in 2024 demonstrates stabilization of revenues, restoration of profitability, and the growing importance of corporate social responsibility in business strategies. The paper generalizes the main vectors of further development of Ukrainian network retail in the post-war period: expansion of digital infrastructure, enhancement of business flexibility, support for regionally balanced retail networks, and integration into sustainable development principles. The research findings are of theoretical and practical value for policymakers, retail associations, and enterprises developing adaptive strategies for economic resilience and innovation-based growth.

Keywords: trade network, retail, network retail, retail formats, development trends of network retail; structural transformations, regional development, consumer behavior, sustainable development

Вступ. Роздрібна торгівля є однією з базових галузей економіки, що забезпечує безпосередній зв'язок між виробником і кінцевим споживачем, формує значну частку ВВП і впливає на рівень зайнятості населення. В Україні упродовж останнього десятиліття спостерігається інтенсивне зростання ролі мережевого ритейлу, який поступово витісняє традиційні формати торгівлі. Водночас сучасний розвиток цієї сфери відбувається під впливом структурних трансформацій, спричинених поєднанням внутрішніх та зовнішніх чинників: воєнних дій і пов'язаних із ними змін логістики, міграційних потоків та структури споживчого попиту; цифровізації бізнес-процесів і переходу до омніканальних моделей обслуговування; інтеграції українського ринку у глобальні ланцюги постачання; зміни ціннісних орієнтацій споживачів і зростання ролі соціально відповідальної поведінки бізнесу.

У таких умовах актуалізується потреба в комплексному аналізі тенденцій розвитку мережевого

ритейлу та виявленні ключових напрямів його структурної трансформації. Незважаючи на наявність значного масиву досліджень, більшість із них зосереджені на окремих аспектах - макроекономічних, маркетингових або технологічних, тоді як системне уявлення про структурні зміни, регіональні відмінності й адаптаційні механізми торговельних мереж залишається недостатньо сформованим. Це обумовлює наукову та практичну значущість подальшого вивчення даної проблематики.

Аналіз літературних даних та постановка проблеми. Теоретичним аспектам формування та розвитку мережевого ритейлу присвячені праці Миколайчук І.П. і Силкіної Ю.В. [5], Коптевої Г.М. [4], Щербака А.В. [1]. Автори досліджують сутність і класифікаційні ознаки мережевих форматів торгівлі, еволюцію організаційних структур роздрібних підприємств, а також інтеграційні процеси в галузі. У роботах наголошено на зростанні ролі торговельних

мереж у структурі внутрішнього ринку та необхідності державної підтримки конкурентного середовища. Разом із тим, дослідження переважно мають описовий характер і не містять кількісної оцінки структурних зрушень чи рівня концентрації ринку.

Питання поточних тенденцій розвитку та структурних змін у національній роздрібній торгівлі розглянуто в працях Чуприни А.С., Араkelової І.О. та Попової Ю.М. [2], Поручинської І.В., Поручинського В.І. і Слащук А.М. [6], Вагонової О.Г., Рижкової Г.А. та Полусової М.К. [13]. Ці автори, спираючись на статистичні дані, відзначають поступове відновлення обсягів роздрібного товарообороту після кризового 2022 року, а також виявляють регіональні диспропорції у розвитку торговельної інфраструктури. Дослідження дають цінні узагальнення щодо макроекономічних і соціально-демографічних чинників розвитку ритейлу, однак не охоплюють питання інституційних змін і стратегічної адаптації торговельних мереж до нових умов ринку.

Глобальні трансформації у сфері ритейлу – поширення омніканальних моделей, цифрових платформ і автоматизації процесів - відображено у працях Ковальчук С.В.[3], Височин І. [12], Наумової Т.А., Кирильової Л.О. та Лемешко Я.І. [8]. Автори підкреслюють, що цифровізація стала ключовим чинником модернізації бізнес-моделей, інтеграції онлайн- і офлайн-форматів торгівлі, а також підвищення гнучкості ритейлових компаній. Утім, емпіричні підтвердження цих тенденцій для українського ринку поки що обмежені, що вказує на потребу подальших досліджень на основі офіційних статистичних даних і відкритих звітів підприємств.

Вплив інтернаціоналізації ринку розкрито у працях Орел А.М., Шавиріна В.В. та Шулика П.О. [7], а також Лялюк А., Сак Т. і Борсук К. [9], які аналізують взаємодію між глобальними та національними ритейлерами. Вихід міжнародних брендів, за висновками авторів, стимулює модернізацію форматів обслуговування та розвиток франчайзингу, водночас загострюючи конкурентну боротьбу.

Аспект споживчих цінностей і поведінкових трансформацій, що впливають на ритейл, досліджують Данкеєва О.М. та Страшинська Л.В. [10]. Вони доводять, що орієнтація на сталість, зручність і соціальну відповідальність брендів стає основою формування стратегій розвитку торговельних мереж. Крім того, Краснокутська Н.С. та Коптева Г.М. [11] у своїй моделі безпеки бізнес-процесів наголошують на ролі цінності для стейкхолдерів у підтриманні стійкості ритейлових підприємств.

Незважаючи на різноспрямованість підходів, у сучасних наукових публікаціях зберігається фрагментарність досліджень мережевого ритейлу. Існує потреба у міждисциплінарних підходах, які поєднують макроекономічний, інституційний і поведінковий аналіз. Подальші дослідження мають бути спрямовані на:

виявлення структурних трансформацій ринку мережевого ритейлу в умовах глобальних криз та воєнного впливу, оцінку регіональних особливостей розвитку торговельних мереж, аналіз адаптаційних стратегій підприємств ритейлу до нових технологічних і споживчих реалій.

Мета і завдання дослідження. Метою статті є аналіз тенденцій розвитку та структурних трансформацій ринку мережевого ритейлу України в умовах цифровізації, глобальних кризових викликів і воєнних впливів, а також визначення ключових напрямів його адаптації до нових економічних реалій.

Для досягнення поставленої мети передбачено виконання таких завдань:

1. Дослідити основні тенденції розвитку мережевої торгівлі в Україні у 2019–2024 рр. на основі офіційних статистичних даних.

2. Визначити структурні та регіональні зрушення у розвитку роздрібної торгівлі, зумовлені воєнними та економічними факторами.

3. Охарактеризувати ключові напрями цифровізації та адаптації мережевих операторів до змін споживчої поведінки.

4. Узагальнити пріоритетні вектори подальшого розвитку мережевого ритейлу в контексті поствоєнного відновлення та сталого економічного зростання.

Викладення основного матеріалу дослідження. Одними з найважливіших показників, здатних охарактеризувати сучасні тенденції в галузі, є динаміка роздрібного товарообороту, його структурні характеристики (в частині продажу продовольчої та непродовольчої товарної груп), розвиток об'єктів торгівлі та запровадження ними сучасних методів продаж та технологій тощо. Так, аналіз офіційних статистичних даних свідчить, що у 2019–2024 роках спостерігається стаке зростання обсягів роздрібної торгівлі в Україні, попри кризові явища 2022 року (рис.1).



Рис. 1 - Динаміка обороту роздрібної торгівлі в Україні (2019–2024)
Джерело: побудовано авторами за даними Державної служби статистики України [14].

Згідно з даними Державної служби статистики України [14], оборот роздрібної торгівлі у 2023 р. становив 1 821,9 млрд грн, що на 15,4 % більше, ніж у 2022 р., а у 2024 р. - перевищив 2 трлн грн. Це свідчить про поступове відновлення споживчого попиту та

адаптацію торговельної інфраструктури до воєнних умов. Як видно з рис.1, у 2020 році ринок демонстрував стійкість попри пандемічні обмеження, тоді як 2022 рік став переломним – зниження товарообороту майже на 7 %. Проте вже у 2023–2024 роках простежується адаптаційне зростання, що відображає гнучкість торговельних мереж і швидке відновлення споживчого попиту.

Розподіл обороту роздрібною торгівлі за регіонами свідчить про концентрацію торговельної активності у великих урбанізованих центрах. У 2023 році найбільші частки сформували м. Київ (19,8 %), Дніпропетровська (10,2 %), Львівська (7,4 %) та Одеська (6,8 %) області. Сукупно ці регіони забезпечили понад 44 % загального обороту країни.

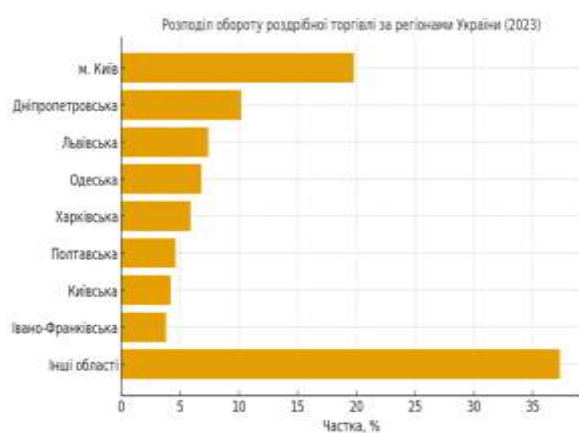


Рис. 1. Розподіл обороту роздрібною торгівлі за регіонами України (2023)
Джерело: побудовано авторами за даними Державної служби статистики України [14].

Така просторово концентрована структура пояснюється високою купівельною спроможністю населення у великих містах, розвиненою логістичною інфраструктурою та щільністю торговельних мереж. Водночас у центральних і південних регіонах

спостерігається відставання, що свідчить про регіональну нерівномірність відновлення торговельної діяльності.

Порівняння регіональної структури обороту роздрібною торгівлі у 2019 та 2023 роках свідчить про суттєві структурні зрушення, спричинені воєнними подіями. Зокрема, частка східних та південних регіонів (Харківська, Донецька, Запорізька, Херсонська області) знизилася в середньому на 2–3 відсоткові пункти, тоді як частка західних областей (Львівської, Івано-Франківської, Тернопільської, Волинської) – помітно зросла. Це зумовлено як внутрішньою міграцією населення, так і переміщенням бізнес-активності у більш безпечні регіони.

Економічні чинники (інфляційний тиск, підвищення логістичних витрат, зростання витрат на енергоносії) також вплинули на зміну асортиментної політики та форматів присутності торговельних мереж. Таким чином, воєнні події прискорили процес регіональної перебудови торговельного простору, сприяючи підвищенню ролі західного макрорегіону як нового центру ділової активності.

Таблиця 1 складена на основі відкритих щомісячних/річних агрегатів [16; 17] та офіційних публікацій ритейлерів компаній.

За результатами аналітичних оцінок, сумарний дохід провідних компаній роздрібною торгівлі України у 2024 році зріс на понад 17 %, досягнувши приблизно 529 млрд грн. Вперше від початку повномасштабного вторгнення всі учасники топ-10 мережових ритейлерів продемонстрували позитивні фінансові результати, без фіксації збитковості. Сукупний прибуток лідерів українського ринку ритейлу становив близько 9,8 млрд грн, що свідчить про поступове відновлення рентабельності галузі та її здатність адаптуватися до нових економічних реалій (рис. 3) [16].

Таблиця 1 - Топ-10 мережових ритейлерів України у 2024 році та їх коротка характеристика

Ритейлер (бренд)	Орієнтовний дохід 2024 (грн)	Кількість точок (або якісна характеристика)	Коротка характеристика
ATB-Market	~248,8 млрд грн	~1,2 тис.	Національний лідер food-дискаунтерів; велика мережа private label; сильна логістика.
Fozzy Group (Сільпо / Fopa / Le Silpo)	велика частка ринку; в топ-рейтингах 2024	~700–800	Мультиформатний оператор (супермаркети, гастрономи, e-commerce через власні канали).
Avrora / «Аврора» («Вигідна покупка»)	значне зростання прибутку 2022–2024 (лідер зростання)	~(мережа зростає)	Швидке нарощування продажів у 2022–2024; активне розширення магазинів.
Rozetka	один із лідерів e-commerce; значний онлайн-дохід	онлайн-мережа + точки видачі	Головний marketplace/онлайн-ритейлер; сильна диджитал-екосистема.
Metro Cash & Carry Ukraine	~20–30 млрд грн	кілька десятків магазинів (cash&carry)	Формат B2B / cash&carry; стабільні продажі, частково відновили прибутковість у 2024 [15].
EVA (RUSH / EVA)	~26–28 млрд грн (2024 оцінка)	~1000+ (drogerie формат)	Лідер сегменту «drogerie»; висока маржинальність у категорії [15].
Comfy (Rozetka Group пов'язано)	значний онлайн+офлайн дохід; коливання доходів 2022–2024	мережа магазинів електроніки	Онлайн-офлайн поєднання; сильні зрушення в доходах у 2022–2024 [15].
Varus (Omega)	~20 млрд грн	кілька сотень магазинів	Мережа супермаркетів середнього формату; стабільна присутність у регіонах [15].
Velyka Kyshenya / Foodcom	~18–20 млрд грн	сотні магазинів	Мережа супермаркетів/дискаунтерів регіонального рівня [15].
NOVUS / інші (актуальні гравці)	в топ-10 за доходами 2022–2024	кілька сот	Формат гіпер/супермаркет; іноземне представництво (частково).

Джерело: складено авторами на основі [14–17] та офіційні релізи компаній



Рис. 3 – Дохід Топ-10 ритейлерів. Індекс Опендатабот 2025 [16]

Представлені дані підтверджують тенденцію до стабілізації фінансових показників ринку мережевого ритейлу після кризового періоду 2022 року. Зростання доходів і прибутковості ключових гравців свідчить про ефективність адаптаційних стратегій, зокрема оптимізацію витрат, розвиток цифрових каналів збуту та гнучкість у формуванні асортиментної політики. Це також відображає загальне пожвавлення споживчої активності й відновлення купівельної спроможності населення у 2023–2024 роках.

Окрім кількісних показників, важливим є змістовний вимір структурних трансформацій ринку. Аналіз публікацій провідних консалтингових компаній (KSE Institute, EBA, Deloitte Ukraine) та відкритих звітів мережевих операторів дозволяє виділити декілька ключових трендів розвитку мережевого ритейлу в Україні у 2022–2025 роках:

До головних трендів 2022–2025 років можна віднести:

1. Цифровізація операційних процесів – автоматизація касових операцій, CRM-системи, аналітика попиту [17].

2. Розвиток омніканальних форматів - поєднання онлайн- і офлайн-продажів, експрес-доставка [17].

3. Трансформація форматів: дискаунтери + «магазини біля дому». Тенденція до доступного формату (soft-discounter) і convenience-форматів зберігається: споживачі цінують «біля дому» магазини з низькими цінами й короткими маршрутами. Дискаунтери - один із ключових драйверів швидкого охоплення територій [6].

4. Оптимізація торговельних площ і логістичних ланцюгів - зміщення акценту на регіони з високою купівельною спроможністю [11].

5. Переорієнтація асортименту – зростання частки товарів першої необхідності, локальних брендів, private label.

6. Соціальна орієнтація бізнесу – підвищення ролі корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), участь мереж у гуманітарних ініціативах [11].

Отже, цифровізація стала ключовим чинником адаптації мережевого ритейлу до змін споживчої поведінки. Під впливом воєнних подій і зростання

частки онлайн-комунікацій відбувається швидке розширення омніканальних форматів - поєднання онлайн- і офлайн-продажів, що дозволяє забезпечити безперервність обслуговування споживачів навіть за обмеженого доступу до фізичних торговельних точок.

Найбільші оператори («АТБ-Маркет», «Сільпо», «Novus», «Епіцентр») активно впроваджують мобільні застосунки, електронні програми лояльності, сервіси експрес-доставки, системи аналітики попиту. Зростає роль big data у персоналізації пропозицій, прогнозуванні закупівель і управлінні асортиментом.

Зміна споживчих пріоритетів на користь економії часу, безпеки та зручності стимулює розвиток нових форматів - dark stores, pick-up points, smart kas. У результаті формується цифрова екосистема ритейлу, що поєднує онлайн-сервіси, фізичні точки продажу та логістичні рішення в єдиному операційному просторі.

Висновки. Таким чином, проведений аналіз засвідчує, що український мережевий ритейл проходить етап глибокої структурної адаптації. Основними чинниками трансформацій виступають цифровізація, просторове переформатування торговельної активності та зміна споживчих пріоритетів. Ці процеси створюють передумови для підвищення ефективності торговельних мереж у поствоєнний період та їх інтеграції у сучасні світові практики сталого розвитку. Ці трансформації свідчать про формування нової моделі функціонування українського ритейлу, у якій поєднуються технологічна інноваційність, клієнтоорієнтованість і стратегічна гнучкість. Водночас зберігаються виклики, пов'язані з регіональною нерівномірністю розвитку, дефіцитом кваліфікованих кадрів і потребою у державній підтримці цифрових рішень для малого бізнесу. Подальші дослідження доцільно зосередити на оцінюванні впливу цифровізації на ефективність торговельних мереж, розробленні моделей їхньої регіональної оптимізації та вивченні споживчих цінностей у контексті трансформації внутрішнього ринку.

Список літератури

1. Щербак А. Роздрібні торговельні мережі в Україні: тенденції розвитку та проблеми домінування. *Економіка: реалії часу*. 2022. № 4 (62). С. 52–59. <https://doi.org/10.15276/ETR.04.2022.6>.
2. Чуприна О.С., Аракелова І.О., Попова Ю.М. Розвиток вітчизняної роздрібно торгівлі: сучасні тенденції та перспективи. *Економіка та суспільство*. №70. 2024. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-70-104>.
3. Ковальчук С.В. Аналіз стану та трансформацій роздрібногo ритейлу: світові тренди та український сегмент. *Innovation and Sustainability*. № 1, 2024. С. 120-132. <https://doi.org/10.31649/ins.2024.1.120.132>.
4. Коптева Г.М. Сучасний стан та тенденції розвитку підприємств роздрібно торгівлі. *Приазовський економічний вісник*. № 6(17). 2019. С. 140-143. <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-27>.
5. Миколайчук І. П., Силкіна Ю. В. Сучасні тренди розвитку мережевого ритейлу в Україні. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету*. 2019. Вип. 57. С. 39–46. <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2019-57-06>.
6. Поручинська І.В., Поручинський В. І., Слащук А. М. Сучасні тенденції розвитку мережевого ритейлу: український та світовий досвід. *Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом*. Економічні науки. 2023. № 2 (69). С. 60–65. <https://doi.org/10.32689/2523-4536/69-8>.

7. Орел, А., Шавирін, В., & Шулик, П. (2024). Дослідження впливу міжнародних ритейлерів на роздрібні мережі та змін споживчих вподобань. *Економіка та суспільство*, (68). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-68-83>.
8. Наумова Т., Кирильєва Л., Лемешко Я. Трансформація ринку мережевого ритейлу України в умовах глобальних криз та війни. *Економіка та суспільство*. 2023. № 56. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-56-136>.
9. Лялюк А., Сак Т., Борсук К. Вплив світових брендів на розвиток ритейлу в Україні. *Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки*. 2024. Том 1 № 37. с. 144–152. DOI: <https://doi.org/10.29038/2786-4618-2024-01-144-152>.
10. Данкєсєва О. М., Страшинська Л. В. Цінності споживачів як основа для побудови сценаріїв розвитку ритейлу. *Modern engineering and innovative technologie*. 2024. Issue 35, Part 2. Pp. 95–102. <https://doi.org/10.30890/2567-5273.2024-35-00-010>
11. Krasnokutska N., Koptieva H. Modelling the security of business processes of enterprises when creating and transferring values for stakeholders. *Financial and credit activity: problems of theory and practice. Collection of scientific papers*. Volume 4 (39). 2021. pp. 251–263. <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v4i39.241314>
12. Височин І. Адаптивний розвиток мережевого ритейлу в умовах євроінтеграції України. *Економіка та суспільство*, 2023. №51. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-51-48>.
13. Вагонова О. Г., Рижкова Г. А., Полуєва М. К. Особливості ритейлу в Україні. *Економічний вісник Дніпровської політехніки*. 2025 №2 (90). <https://doi.org/10.33271/ebdut/90.030>
14. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
15. Виручка українських ритейлерів зросла на 17%: ТОП-10 компаній. Комерсант. URL: <https://komersant.ua/en/dokhid-ukrainskykh-ryteyleriv-zris-na-17-top-10-kompaniy/>
16. На 17% зріс дохід компаній-ритейлерів. Індекс Опендатабот 2025. URL: <https://opendatabot.ua/analytics/index-retail-2025>
17. Раскопа Н. Дослідження українського ринку електронної комерції. 2025. URL: https://www.promodo.com/blog/research-of-the-ukrainian-ecommerce-market?utm_source.
5. Orel A., Shavyrin V., Shulyk P. (2024). Doslidzhennia vplyvu mizhnarodnykh ryteyleriv na rozdrubni merezhi ta zmin spozhyvchykh vpodoban. *Ekonomika ta suspil'stvo [Economy and society]*, no. 68. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-68-83>. [in Ukrainian].
6. Poruchynska I., Poruchynsky V., and Slachchuk A. (2023), Suchasni tendentsiyi rozvytku merezhevoho ryteylu: ukrayins'kyi ta svitovyy dosvid [Current network retailing development trends: Ukrainian and worldwide experience], *Naukovi pratsi Mizhrehional'noyi Akademiyi upravlinnya personalom. Ekonomichni nauky [Scientific Works of Interregional Academy of Personnel Management. Economic Sciences]*, no.2 (69).pp. 60–65. <https://doi.org/10.32689/2523-4536/69-8>. [in Ukrainian].
7. Orel A., Shavyrin V., Shulyk P. (2024). Doslidzhennia vplyvu mizhnarodnykh ryteyleriv na rozdrubni merezhi ta zmin spozhyvchykh vpodoban. *Ekonomika ta suspil'stvo [Economy and society]*, no. 68. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-68-83>. [in Ukrainian].
8. Naumova T., Kyrlylieva L., and Lemesko Y. (2023), TransformatsiyarynkumerezhevohoryteyluUkrayinyvumovakhglobal'ny khkryztyaviyny [Transformation of Ukraine network retail market in the conditions of global crises and war], *Ekonomika ta suspil'stvo [Economy and Society]*, no. (56). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-56-136>. [in Ukrainian].
9. Lialuk A., Sak T. and Borsuk K. (2024), Vplyv svitovykh brendiv na rozvytok ryteylu v Ukraini [The influence of world brands on the development of retail in Ukraine], *Ekonomichnyy chasopys Volyn's'koho natsional'noho universytetu imeni Lesi Ukrayinky [Economic journal of Lesya Ukrainka Volyn National University]*, no.1(37), pp.144–152. <https://doi.org/10.29038/2786-4618-2024-01-144-152>. [in Ukrainian].
10. Dankeieva O. M., Strashynska L. V. Tsinnosti spozhyvachiv yak osnova dlia pobudovy stsenariiv rozvytku ryteilu. [Consumer values as a foundation for building retail development scenarios]. *Modern engineering and innovative technologie*. 2024. no. 35, Part 2. Pp. 95–102. <https://doi.org/10.30890/2567-5273.2024-35-00-010>. [in Ukrainian].
11. Krasnokutska N., Koptieva H. Modelling the security of business processes of enterprises when creating and transferring values for stakeholders. *Financial and credit activity: problems of theory and practice. Collection of scientific papers*. no. 4 (39). 2021. pp. 251–263. <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v4i39.241314>. [in English].
12. Vysochyn I. (2023). Adaptivnyi rozvytok merezhevoho ryteilu v umovakh yevrointehratsii Ukrainy [Adaptive development of network retail in the context of Ukraine's European integration]. *Ekonomika ta suspilstvo [Economy and Society]*, (51). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-51-48>. [in Ukrainian].
13. Vahonova O. H., Ryzhkova H. A., Poluieva M. K. Osoblyvosti ryteilu v Ukraini [Peculiarities of retail in Ukraine]. *Ekonomichnyi visnyk Dniprovskoi politekhniki [Economic Bulletin of Dniipro Polytechnic University]*. 2025 no. 2 (90). <https://doi.org/10.33271/ebdut/90.030>. [in Ukrainian].
14. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [State Statistics Service of Ukraine]. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
15. Viruchka ukrainskykh riteyleriv zroslo na 17%: TOP-10 kompanii [Revenue of Ukrainian retailers increased by 17%: TOP-10 companies. Kommersant [Kommersant]. : <https://komersant.ua/en/dokhid-ukrainskykh-ryteyleriv-zris-na-17-top-10-kompaniy/>.
16. Na 17% zris dokhid kompanii-ryteyleriv2025 [Retail companies' revenue grew by 17%]. Indeks Opendatabot [Opendatabot Index 2025]. URL: <https://opendatabot.ua/analytics/index-retail-2025>.
17. Raskopa N. Doslidzhennia ukrainskoho rynku elektronnoi komertsii [Research on the Ukrainian e-commerce market]. 2025. URL: https://www.promodo.com/blog/research-of-the-ukrainian-ecommerce-market?utm_source.

References (transliterated)

1. Shcherbak A. Rozdrubni torhovelni merezhi v Ukraini: tendentsii rozvytku ta problemy dominuvannya [Retail chains in Ukraine: development trends and problems of dominance]. *Ekonomika: realii chasu [Economics: realities of the times]*, 2022, no. 4 (62), pp.52–59. <https://doi.org/10.15276/ETR.04.2022.6>. [in Ukrainian].
2. Chupryna O.S., Arakelova I.O., Popova Yu.M. Rozvytok vitchyznanoi rozdrubnoi torhivli: suchasni tendentsii ta perspektyvy [Development of domestic retail trade: current trends and perspectives] *Ekonomika ta suspilstvo [Economy and society]*. 2024. no. 70. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-70-104>. [in Ukrainian].
3. Kovalchuk S. (2024) Analysis of the state and transformations of retail: global trends and the Ukrainian segment. *Innovation and Sustainability*, no. 1, pp. 120–132. <https://doi.org/10.31649/ins.2024.1.120.132>. [in Ukrainian].
4. Koptieva, H. M. (2019), Suchasnyj stan ta tendentsii rozvytku pidpriemstv rozdrubnoi torhivli. *Pryazov's'kyj ekonomichnyy visnyk [Azov Economic Bulletin]*, no. 6 (17), s. 140–143. <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-27>. [in Ukrainian].
5. Mykolajchuk I. P., Sylkina Ju. V. (2019) Suchasni trendy rozvytku merezhevoho ryteylu v Ukraini [Modern trends of network retail development in Ukraine]. *Bulletin of the Lviv University of Trade and Economics*, no. 57, pp. 39–46. <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2019-57-06>. [in Ukrainian].

Надійшла (received) 03.10.2025

Відомості про авторів / About the Authors

Коптєєва Ганна Миколаївна (Koptieva Hanna) – доктор економічних наук, професор, професор кафедри менеджменту, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»; м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3082-2094> ; e-mail: hanna.koptieva@khp.edu.ua

Шуміло Ольга Станіславівна (Shumilo Olha) - доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу, менеджменту та підприємництва, Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна, м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0574-248X> ; e-mail: Olgashumilo0614@gmail.com

Шелест Олексій Леонідович (Shelest Oleksii) – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та торговельного підприємництва, Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна, м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8397-9397> ; e-mail: ashelest1973@gmail.com