

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ  
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

**Економічний факультет**

**ПОГОДЖЕНО**  
Декан економічного факультету

**ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ**  
Завідувач кафедри організації  
підприємництва та біржової  
діяльності

\_\_\_\_\_ Андрій МУЗИЧЕНКО  
(підпис)  
" \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 2025 р.

\_\_\_\_\_ Микола ІЛЬЧУК  
(підпис)  
" \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 2025 р.

**МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

**на тему «Розвиток роздрібної торгівлі на регіональному  
рівні»**

Спеціальність **076 – "Підприємництво та торгівля"**

Освітня програма **Підприємництво, торгівля та біржова діяльність**

Орієнтація освітньої програми **Освітньо – професійна**

**Гарант освітньої програми**  
к.е.н., доцент

\_\_\_\_\_ **Людмила БЕРЕЗОВСЬКА**  
(підпис)

**Керівник магістерської  
кваліфікаційної роботи**  
к.е.н., доцент

\_\_\_\_\_ **Анастасія КИРИЧЕНКО**  
(підпис)

**Виконав**

\_\_\_\_\_ **Владислав ЗЕЛЕНИЙ**  
(підпис)

**Київ – 2025**

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ  
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

**Економічний факультет**

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

**Завідувач кафедри організації  
підприємництва та біржової діяльності**  
д.е.н., проф. \_\_\_\_\_ Микола ІЛЬЧУК

" \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 2024 р.

**З А В Д А Н Н Я**  
**ДО ВИКОНАННЯ МАГІСТЕРСЬКОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ ЗДОБУВАЧУ**  
**Зеленому Владиславу Руслановичу**

(прізвище, ім'я, по-батькові)

Спеціальність **076 – "Підприємництво та торгівля"**

Освітня програма **Підприємництво, торгівля та біржова діяльність**

Орієнтація освітньої програми **освітньо - професійна**

Тема магістерської кваліфікаційної роботи: **«Розвиток роздрібної торгівлі на регіональному рівні»**

затверджена наказом від "16"10. 2024 р. № 1855 «С»

Термін подання завершеної роботи на кафедру \_\_\_\_\_

Вихідні дані до магістерської кваліфікаційної роботи: дані Держстату України, інтернет-джерела, наукові праці

Вихідні дані до магістерської кваліфікаційної роботи:

Перелік питань, що підлягають дослідженню:

1. Теоретичні засади розвитку роздрібної торгівлі на регіональному рівні

2. Аналіз сучасного стану роздрібної торгівлі на регіональному рівні

3. Стратегічні орієнтири розвитку роздрібної торгівлі на регіональному рівні

Перелік графічного матеріалу: таблиці, рисунки, схеми

Дата видачі завдання " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 2024 р.

Керівник магістерської  
кваліфікаційної роботи \_\_\_\_\_

**Анастасія КИРИЧЕНКО**

Завдання прийняв до виконання \_\_\_\_\_

**Владислав ЗЕЛЕНИЙ**

## РЕФЕРАТ

Магістерська кваліфікаційна робота на тему «**Розвиток роздрібно́ї торгівлі на регіональному рівні**» складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Основний зміст роботи викладено на 68 сторінках комп'ютерного тексту та містить 15 таблиць і 2 рисунки. Список використаних джерел налічує 76 найменувань.

**Об'єктом дослідження** є процес розвитку роздрібно́ї торгівлі в регіонах України.

**Предметом дослідження** виступає сукупність економічних, інфраструктурних, ринкових, соціодемографічних, цифрових та інституційно-регуляторних чинників, що визначають особливості розвитку роздрібно́ї торгівлі на регіональному рівні.

У **першому розділі** розкрито теоретичні засади функціонування роздрібно́ї торгівлі, визначено її економічну сутність, роль у соціально-економічному розвитку, систематизовано фактори, що впливають на розвиток регіональних торговельних систем. Узагальнено методологічні підходи до оцінювання рівня розвитку роздрібно́ї торгівлі.

У **другому розділі** проведено комплексний аналіз сучасного стану роздрібно́ї торгівлі України та здійснено оцінку регіональної диференціації.

У **третьому розділі** сформовано стратегічні орієнтири розвитку роздрібно́ї торгівлі на регіональному рівні в умовах післявоєнного відновлення. Сформульовано пропозиції щодо удосконалення державної політики у сфері регіонального розвитку торгівлі, включно з цифровізацією, модернізацією логістичної інфраструктури, підтримкою малого бізнесу, залученням інвестицій та розвитком омніканальних моделей.

**Ключові слова:** роздрібна торгівля, регіональний розвиток, товарооборот, економічна диференціація, торговельна інфраструктура, індекс розвитку роздрібно́ї торгівлі, цифровізація, регіональна політика.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>6</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ.....</b>	<b>10</b>
1.1. Сутність роздрібноЇ торгівлі.....	10
1.2. Фактори, що впливають на розвиток роздрібноЇ торгівлі.....	13
1.3. Підходи до оцінювання рівня розвитку роздрібноЇ торгівлі.....	17
Висновки до розділу 1.....	20
<b>РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ.....</b>	<b>22</b>
2.1. Динаміка обсягів роздрібногo товарообороту: національний зріз.....	22
2.2. Оцінка регіональної диференціації роздрібноЇ торгівлі.....	28
2.3. Ідентифікація перспективних регіонів за індексом розвитку роздрібноЇ торгівлі.....	34
Висновки до розділу 2.....	44
<b>РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ.....</b>	<b>46</b>
3.1. Розробка регіональних стратегій стимулювання роздрібноЇ торгівлі.....	46
3.2. Пропозиції щодо вдосконалення державної політики у сфері роздрібноЇ торгівлі.....	51
Висновки до розділу 3.....	57
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>58</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>61</b>

## ВСТУП

Актуальність дослідження розвитку роздрібно́ї торгівлі на регіональному рівні зумовлена ключовою роллю цієї сфери у формуванні внутрішнього ринку, забезпеченні економічної стабільності та підтримці соціально-економічного відновлення України. Роздрібна торгівля не лише задовольняє базові споживчі потреби населення, але й виступає одним із провідних драйверів зайнятості, інвестицій та розвитку малого і середнього підприємництва. В умовах військових викликів та подальшої післявоєнної відбудови регіонів структурні диспропорції, нерівномірність інфраструктурного розвитку, відмінності у споживчому попиті та цифровізації вимагають проведення глибокого аналізу та пошуку ефективних стратегічних орієнтирів для модернізації сектору.

Поглиблення регіональної диференціації – від високої концентрації торговельної інфраструктури у Києві, Львівській та Дніпропетровській областях до критично низьких показників у прифронтових та деокупованих територіях – актуалізує необхідність наукового обґрунтування напрямів розвитку роздрібно́ї торгівлі залежно від типу регіону. Одночасно цифровізація, зростання частки електронної торгівлі та омніканальних моделей створюють нові можливості для відновлення та трансформації торговельного сектору на рівні громад і областей. Саме тому питання формування стратегій регіонального розвитку торгівлі, удосконалення державної політики та підвищення конкурентоспроможності локальних ринків набувають особливої значущості.

Дослідженням розвитку регіональних особливостей роздрібно́ї торгівлі займалися українські науковці: І. Габовська [7], О. Грабовська [8], Л. Гринів [9], О. Гуменна [12], В. Євдокименко [17], В. Ткаченко [32], П. Юр'єва [34], К. Гук та А. Зейналов [38], Г. Козаченко та Я. Григоренко [43], Н. Козлова [44], А. Кириченко [50], Р. Марценюк [51], К. Медведєва та Н. Краус [52] та інші. У їхніх працях висвітлено проблеми регіональної нерівномірності, тенденції цифровізації, функціонування споживчих ринків та перспективи відновлення

торгівлі у післявоєнний період. Втім, незважаючи на наявні дослідження, недостатньо опрацьованими залишаються питання інтегрального оцінювання розвитку роздрібною торгівлі регіонів, формування адаптивних стратегій залежно від групи регіонів, а також роль торгівлі в системі регіональної політики у період трансформаційної відбудови країни.

Метою магістерської роботи є обґрунтування напрямів розвитку роздрібною торгівлі на регіональному рівні України з урахуванням сучасних тенденцій, структурних відмінностей між регіонами та потреб післявоєнного відновлення.

Відповідно до мети було визначено такі завдання дослідження:

- розкрити сутність роздрібною торгівлі та її роль у соціально-економічному розвитку;
- визначити фактори, що впливають на розвиток роздрібною торгівлі регіонів;
- узагальнити підходи до оцінювання рівня розвитку роздрібною торгівлі;
- проаналізувати динаміку роздрібною товарообороту України;
- здійснити оцінку регіональної диференціації розвитку торгівлі;
- побудувати інтегральний індекс розвитку роздрібною торгівлі та виокремити групи регіонів;
- визначити стратегічні напрями розвитку торгівлі для кожної групи регіонів;
- сформулювати пропозиції щодо вдосконалення державної політики у сфері регіонального розвитку роздрібною торгівлі.

Об'єкт дослідження – процес розвитку роздрібною торгівлі в регіонах України.

Предмет дослідження – сукупність економічних, інфраструктурних, ринкових та цифрових чинників, що визначають особливості розвитку роздрібною торгівлі на регіональному рівні.

У процесі дослідження використано методи аналізу та синтезу – для узагальнення теоретичних підходів і сучасних тенденцій розвитку торгівлі;

порівняльного аналізу – для визначення регіональних відмінностей; статистичного аналізу та індексного методу – для розрахунку інтегрального показника привабливості регіонів; просторового аналізу – для визначення територіальних диспропорцій; системного підходу – для формування стратегій розвитку торгівлі на основі комплексного урахування економічних, демографічних та інфраструктурних умов.

Інформаційною базою роботи слугували дані Державної служби статистики України, офіційні аналітичні матеріали міжнародних організацій, наукові статті та монографії українських і зарубіжних авторів, нормативно-правові акти, а також аналітика з питань регіонального розвитку.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в удосконаленні підходів до оцінювання розвитку роздрібної торгівлі на регіональному рівні шляхом комплексної інтеграції економічних, демографічних, інфраструктурних, цифрових та безпекових чинників, що дозволяє всебічно відобразити просторову динаміку торговельного середовища в умовах воєнної економіки; у формуванні авторської типології факторів розвитку роздрібної торгівлі, яка відображає сучасні структурні трансформації ринку та зростання ролі логістичних і цифрових детермінант; у вдосконаленні методичних підходів до визначення регіональної диференціації роздрібної торгівлі через поєднання макроекономічних індикаторів, інфраструктурних параметрів і соціально-економічних характеристик; у подальшому розвитку підходів до стратегічного планування шляхом диференціації регіонів за рівнем торговельного потенціалу та визначення пріоритетних орієнтирів їх післявоєнного відновлення; а також у формуванні комплексу практичних рекомендацій щодо вдосконалення державної та регіональної політики розвитку роздрібної торгівлі з урахуванням викликів воєнного часу, цифровізації та змін споживчої поведінки.

Практичне значення отриманих результатів полягає в можливості використання розробленої системи оцінювання регіонального розвитку роздрібної торгівлі для моніторингу територіальних диспропорцій та формування цільових програм підтримки підприємництва; авторської типології

факторів розвитку торгівлі – для удосконалення стратегій комерційних мереж і планування торговельної інфраструктури; результатів регіонального аналізу – для підготовки місцевих економічних програм, оптимізації логістики та підтримки малого бізнесу; а запропонованих стратегічних орієнтирів – для розроблення заходів післявоєнного відновлення, цифровізації та підвищення конкурентоспроможності регіонів.

Основні положення та результати дослідження доповідалися на Всеукраїнській науково-практичній конференції молодих вчених та студентів “Економічні дні – 2025” (м. Київ, Національний університету біоресурсів і природокористування України, 10 квітня 2025 р.); XIV міжнародній науково-практичній конференції “ Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики” (м. Одеса, ОНЕУ, 12 вересня 2025 р.).

За результатами дослідження опубліковано 2 праці за матеріалами участі в конференціях [19; 22].

Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, додатків, списку використаних джерел із 76 найменувань. Основний зміст роботи викладено на 68 сторінках комп’ютерного тексту. Вона містить 15 таблиць та 2 рисунка.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ

### 1.1. Сутність роздрібною торгівлі

У загальному розумінні “торгівля – вид господарської діяльності у сфері товарообігу і просування товарів від виробника до покупця та надавання пов’язаних з цим супутніх послуг” [3, с. 338]. Існуючи у двох основних формах (гуртовій та роздрібній), торгівля сприяє задоволенню потреб споживачів у найрізноманітніших товарах, як за характеристиками самого товару, так і обсягами його купівлі. Гуртова торгівля здійснює продаж товарів великими партіями тим, хто купує їх для професійного використання чи перепродажу. Значення гуртової торгівлі в системі товарообігу важко переоцінити, оскільки вона сприяє об’єднанню територій, доступу споживачів до товарів, виробництво яких географічно віддалене, дозволяє споживачеві придбати товари дешевше, за рахунок купівлі великих партій гуртовим торговцем.

Роздрібна торгівля є невід’ємною складовою економіки регіону і всієї національної економіки, оскільки вона є кінцевою ланкою в процесі руху товарів від виробників до споживачів, зміни, які відбуваються в ній мають вплив на інші сфери суспільного життя [29].

У системі товарообігу важливе місце займає роздрібна торгівля. У вітчизняній науковій літературі немає єдиного сталого визначення, але спрощене визначення вказує, що «роздрібною вважається торгівля, в якій покупцем є кінцевий споживач, а не комерційне підприємство чи організація. На відміну від гуртового продажу, приводом для закупівлі в роздрібній торгівлі є задоволення особистих потреб покупця або членів його сім’ї за рахунок споживання купленого товару» [21, с. 62].

В сучасних умовах проблемі сутності роздрібною торгівлі присвячена значна кількість наукових праць, це означає, що дана проблема є досить важливою. Досліджуючи праці вітчизняних та зарубіжних науковців

встановлено, що єдиного підходу до визначення сутності поняття «роздрібна торгівля» на сьогоднішній день неіснує.

Роздрібна торгівля – тип торгівлі товарами, а також виконання певних послуг, де покупцем є кінцевий споживач, фізична чи юридична особа. В економічному словнику Й. С. Завадський, Т. В. Осовська, О. О. Юшкевич дають своє визначення поняття «роздрібна торгівля» - завершальна форма продажу товарів кінцевому споживачу в невеликих обсягах через магазини, павільйони, лотки, намети та інші пункти мережі роздрібною торгівлі [18].

Роздрібна торгівля охоплює широкий спектр форм і форматів, які класифікуються за різними критеріями. Одним із ключових є канал збуту, відповідно до якого виділяють традиційну торгівлю (через фізичні магазини) та електронну торгівлю (через інтернет-платформи). У сучасних умовах стрімкого розвитку цифрових технологій особливо динамічно зростає частка онлайн-торгівлі. Згідно з даними ЕВА (2023), понад 40% українських споживачів здійснювали покупки в інтернеті щонайменше раз на місяць, що свідчить про цифровізацію ринку.

Інший важливий критерій класифікації – форма власності. Тут розрізняють приватну (фізичні та юридичні особи), державну (торгівельні підприємства у комунальній або державній власності) та змішану форми. Домінуючою в Україні є приватна форма власності, яка забезпечує гнучкість і конкуренцію на ринку.

Щодо масштабу діяльності, роздрібну торгівлю поділяють на:

дрібний бізнес (кіоски, павільйони, магазини "біля дому"),  
середній бізнес (магазини спеціалізованої спрямованості),  
великі торговельні мережі (супермаркети, гіпермаркети, дискаунтери),  
торговельні онлайн-платформи (маркетплейси).

Ця класифікація дозволяє більш чітко структурувати роздрібну мережу регіону та обґрунтувати підходи до її оцінки й розвитку [2; 20].

Метою придбання товару у роздрібіє задоволення особистих потреб покупця, або ж працівників фірми за рахунок споживання купленого товару.

Задоволення потреб може забезпечуватися за рахунок якісних та цінових характеристик.

Роздрібні торговці виконують низку функцій, які збільшують цінність надаваних ними товарів і послуг. Зазвичай це такі функції [2]: забезпечення певного асортименту товарів і послуг; дроблення партій товару, що надходять у роздрібнуторговельну мережу; зберігання запасів; забезпечення сервісу; збільшення цінності товарів і послуг.

За визначенням В. В. Апопії роздрібний ринок включає в себе попит, пропозицію і ціни матеріальних благ, що скеровуються на особисте споживання окремих індивідів або домогосподарств. Метою попиту на роздрібному ринку – є кінцеве споживання товарів [1].

До основних чинників, що впливають на зміну роздрібного товарообороту, належать: купівельна спроможність, споживчі можливості та вподобання українського населення; стан і проблеми товарозабезпечення; розвиток матеріально-технічної бази роздрібної торгівлі; інституціональні перетворення в українській торгівлі; зростання концентрації торговельних підприємств та конкуренції між ними [30].

Роздрібна торгівля виконує багатоаспектну соціально-економічну функцію, що виходить далеко за межі простої реалізації товарів кінцевим споживачам. Насамперед, вона є одним із наймасовіших джерел зайнятості населення. За даними Державної служби статистики України, у секторі оптової та роздрібної торгівлі у 2023 р. працювало понад 14% усіх зайнятих, що свідчить про важливу роль галузі у формуванні регіонального ринку праці.

Крім того, роздрібна торгівля формує стабільні податкові надходження до місцевих бюджетів через сплату ПДВ, податку на прибуток, ЄСВ, податку на доходи фізичних осіб тощо. Економічно активні торговельні підприємства сприяють розвитку суміжної інфраструктури – транспорту, логістичних послуг, складських комплексів, маркетингових сервісів, фінансових посередників тощо.

Важливо також зазначити, що роздрібна торгівля виконує стимулюючу функцію щодо розвитку місцевого виробництва. Завдяки доступу до

роздрібного каналу збуту регіональні виробники отримують можливість реалізувати свою продукцію, розширювати виробничі потужності та зберігати зайнятість.

Таким чином, роздрібна торгівля є не лише каналом реалізації товарів, але й джерелом формування внутрішнього попиту та стимулом для розвитку суміжних галузей регіональної економіки, що підвищує її роль у структурі господарського комплексу регіону [31; 4].

Узагальнюючи розглянуті підходи та визначення, запропоновані в науковій літературі, а також враховуючи сучасні умови функціонування роздрібною торгівлі, доцільно сформулювати таке авторське визначення:

Роздрібна торгівля в сучасному розумінні – це сукупність економічних відносин, спрямованих на продаж товарів та надання супутніх послуг кінцевим споживачам із метою задоволення їхніх особистих потреб, яка водночас виконує важливу соціально-економічну функцію в структурі регіонального господарства.

Це визначення дозволяє комплексно охопити як економічну сутність роздрібною торгівлі, так і її соціальну роль – у забезпеченні споживчих потреб, підтримці зайнятості та сталого розвитку регіонів. Таким чином, роздрібна торгівля постає не лише як комерційна діяльність, але й як інституційний механізм, що опосередковує відносини між споживачем, виробником і державою в регіональному вимірі.

## 1.2. Фактори, що впливають на розвиток роздрібною торгівлі в регіонах

Розвиток роздрібною торгівлі в регіонах зумовлюється широким спектром взаємопов'язаних факторів, які впливають на формування споживчого попиту, інвестиційну привабливість, конкурентне середовище та ефективність функціонування торговельних підприємств. В умовах просторової диференціації України та її регіонів, значення набуває саме локальний вимір

впливу цих факторів, оскільки однакові за сутністю детермінанти можуть по-різному проявлятися у залежності від місцевих економічних, демографічних, інфраструктурних та соціокультурних умов.

Враховуючи соціальну й економічну спрямованість торгівлі та критерії ефективності організації торгівлі, сформулюємо поняття фактор територіальної організації торгівлі. Отже, фактор територіальної організації торгівлі можна визначити як сукупність численних різноякісних умов, ресурсів, передумов, необхідних для вибору місця розміщення та напрямів подальшого розвитку об'єкта торгівлі з метою найбільш повного задоволення потреб споживачів у матеріальних благах та максимізації прибутку. Кожний фактор вирізняється особливостями свого впливу та характеризується відповідними масштабами, рівнем постійності, просторовим охопленням. Поєднання цих властивостей у територіальному розрізі може бути різним, що породжує неоднакові регіональні можливості для розміщення об'єктів торгівлі [34].

Велика кількість та різноманітність факторів територіальної організації торгівлі обумовлюють необхідність їх класифікації. При цьому варто враховувати те, що ці чинники діють об'єктивно, обумовлюються різними законами, не є однотипними та мають регіональні відмінності. Зокрема, їх можна класифікувати за наступними ознаками: місцем в соціально-економічній ієрархії (мега-, макро-, мікро-, мезо- та наноекономічні), в територіальному аспекті (регіональні, точкові, локальні), способом дії (мережеві, соціальні, середовищні), характером впливу (прямі, непрямі), походженням та соціально-економічним змістом (історичні, економічні, демографічні, соціальні, містобудівні, природно-кліматичні, інші), способом вимірювання ("м'які", "жорсткі"). Більшість науковців розглядає обмежене коло факторів територіальної організації торгівлі. Так, А.А. Мазаракі визначив чотири групи чинників: виробничо-економічні, демографічні, соціальні та природно-кліматичні [24, с. 67-68]. Однак у типологію він ввів такі, що відображають нетипові умови життєдіяльності, пов'язані з техногенними аваріями, природними катаклізмами тощо.

Н. Голошубова деталізувала та розширила коло факторів. На її думку, на торгівлю впливають: соціально-економічні, демографічні, географічні, містобудівні, транспортні, організаційно-технологічні, управлінські, фінансові чинники [6, с. 19]. На нашу думку, такий підхід більш відповідає умовам ринку, оскільки враховуються фактори макро- та мікрорівня. Оскільки торгівля, з одного боку, це сфера економіки, а з іншого – вид економічної діяльності, вважаємо, що фактори територіальної організації торгівлі слід розглядати з погляду економіки та економічної діяльності. Перша група включає чинники, що впливають на розвиток економіки, інтеграційні процеси, об'єм та структуру виробництва, зайнятість населення та його дохід, потребу в матеріальних благах, якість життя. До другої групи належать такі, які витікають з внутрішньої сутності торгівлі, змісту завдань та визначені її функціями, процесами, в тому числі характером торгово-технічних операцій, особливістю праці та його привабливістю. Всі групи факторів взаємопов'язані та взаємообумовлені. Разом з тим провідну роль у розвитку торгівлі відіграють ті з них, що висвітлюють ступінь сформованості систем розселення та рівень розвитку матеріального виробництва.

В сучасних умовах функціонування торгівлі одним з основних завдань є виявлення територіальних відмінностей та усунення територіальних диспропорцій. Досягти цього можна за умови визначення, обліку та контролю факторів територіальної організації торгівлі. Без ретельного обліку та всебічного аналізу окремих факторів, їх структурних ланцюгів, елементів груп і класів неможливо скласти оптимальну схему територіальної організації торгівлі та визначити найбільш обґрунтовані міжрайонні й внутрішньорайонні пропорції та зв'язки сфер економіки. В літературі трапляються різні ознаки класифікації факторів територіальної організації, проте особливої уваги заслуговує класифікація за походженням та соціально-економічним змістом. Крім того, в умовах глобалізації економічної, соціальної та політичної діяльності слід враховувати не лише чинники внутрішнього середовища, але й широкі коло зовнішніх. Зокрема, культуру, мову, часовий пояс, політичні

умови, економічну стабільність, грошову систему, націоналізм, господарське право, податкову систему, методи господарювання, методи торгівлі, ризики. І нарешті, подвійний зміст торгівлі зумовив виділення факторів сфери економіки та економічної діяльності [34].

Для систематизації факторів, що впливають на розвиток роздрібно́ї торгівлі на регіональному рівні, пропонується авторська типологія, яка передбачає поділ на шість взаємопов'язаних груп (табл. 1.1):

Таблиця 1.1

Типологія факторів, що впливають на розвиток роздрібно́ї торгівлі на регіональному рівні

Тип факторів	Приклади	Аналітичний коментар
Економічні фактори	Рівень валового регіонального продукту (ВРП), доходи населення, рівень зайнятості, інфляція	Визначають загальну купівельну спроможність та платоспроможний попит на товари
Демографічні фактори	Кількість населення, його густота, вікова структура, міграційні потоки	Впливають на обсяги споживання, специфіку товарного асортименту та формат магазинів
Інфраструктурні фактори	Рівень розвитку транспортної мережі, наявність логістичних центрів, інтернет-покриття	Забезпечують фізичну доступність товарів та можливості логістичного обслуговування
Соціокультурні фактори	Поведінкові моделі споживачів, регіональні традиції споживання, довіра до брендів, мовна специфіка	Визначають характер споживчої поведінки та комунікаційну стратегію роздрібно́ї мережі
Інституційно-регуляторні фактори	Податкові умови, дозвільна система, рівень адміністративного тиску, ефективність місцевого самоврядування	Створюють умови для легальності та стабільності торговельної діяльності
Геополітичні та безпекові фактори	Наявність бойових дій, окупації, наближеність до кордону, тимчасова зміна контингенту споживачів	У післявоєнний період критично впливають на логістику, ризики інвестування та купівельну поведінку

Джерело: авторська розробка.

У межах даної типології варто наголосити на зміні пріоритетів факторів в умовах війни. Якщо в довоєнний період ключовими детермінантами були економічні та інфраструктурні аспекти, то з 2022 р. перше місце починають займати саме безпекові та демографічні фактори. Наприклад, у прикордонних

та прифронтових регіонах спостерігається суттєве скорочення чисельності населення, що супроводжується зниженням внутрішнього попиту, закриттям торговельних точок та згортанням інвестиційної активності.

Водночас в західних регіонах країни, зокрема в Закарпатській, Львівській та Івано-Франківській областях, спостерігається тимчасове зростання чисельності населення за рахунок внутрішньо переміщених осіб, що створює передумови для розвитку роздрібної торгівлі, особливо у форматі швидкого розширення мережі магазинів біля дому та онлайн-каналів продажу.

Розуміння та класифікація факторів розвитку дозволяє регіональним органам влади, бізнесу та інвесторам краще оцінювати перспективи розвитку роздрібної торгівлі в конкретній області, адаптувати стратегії та оперативно реагувати на виклики, що виникають.

### 1.3. Підходи до оцінювання рівня розвитку роздрібної торгівлі

Роздрібна торгівля як ключовий елемент споживчого ринку відіграє важливу роль у забезпеченні економічної динаміки, задоволенні потреб населення та формуванні податкових надходжень. Оцінювання рівня її розвитку є важливою передумовою для прийняття управлінських рішень як на мікро-, так і на макрорівні. У науковій літературі виокремлюють декілька основних підходів до оцінювання розвитку роздрібної торгівлі, кожен з яких має свої переваги, обмеження та сфери застосування.

Інституційно-структурний підхід зосереджується на аналізі організаційно-правових форм торговельних підприємств, особливостей конкурентного середовища, форм власності, рівня концентрації та інтеграції в галузі. Важливими критеріями є частка великих торговельних мереж, рівень розвитку франчайзингу, участь транснаціонального капіталу. Недоліком підходу є складність кількісного вимірювання багатьох інституційних чинників. Так у статті О. В. Нікішиної та А. В. Щербак [26] обґрунтовано роль

інституційного регулювання у роздрібній торгівлі та його вплив на структуру ринку

При застосуванні ресурсно-функціонального підходу оцінка проводиться на основі ресурсного забезпечення (торговельна площа, чисельність персоналу, наявність логістичної інфраструктури) та функціональних характеристик (асортиментна політика, рівень сервісу, застосування ІТ-рішень). Метод дозволяє порівнювати підприємства різних масштабів, однак вимагає значної деталізації первинних даних. Статті, які застосовують ресурсно-функціональний підхід до оцінювання економічної безпеки підприємств роздрібної торгівлі, виділяють цей підхід як ключовий для аналізу використання ресурсів і функціональних складових бізнесу [33].

Інтегрально-індексний підхід передбачає побудову агрегованих показників або інтегрального індексу розвитку роздрібною торгівлі, що поєднує різноспрямовані чинники: обсяг реалізації товарів, чисельність торговельних підприємств, середню заробітну плату у галузі, інвестиційну активність тощо. Прикладом є застосування Global Retail Development Index (GRDI), який дозволяє ранжувати країни або регіони за рівнем привабливості ринку роздрібною торгівлі. Основним викликом є вибір вагових коефіцієнтів та уніфікація даних.

Споживчо-орієнтований підхід фокусується на вивченні поведінки споживачів, рівня задоволеності, частоти покупок, ступеня довіри до торговельних мереж. Часто використовується у маркетингових дослідженнях, включає опитування, фокус-групи, панельні дослідження. Недоліком є суб'єктивність оцінок і обмеженість в узагальненні на рівень галузі чи регіону.

Економіко-математичний підхід передбачає використання моделей регресійного аналізу, факторного аналізу, кластеризації або багатовимірного шкалювання для виявлення закономірностей у розвитку роздрібною торгівлі та прогнозування її тенденцій. Підхід є потужним інструментом стратегічного аналізу, але вимагає високої якості статистичних даних. Праця, присвячена економіко-математичним методам і моделям, розглядає можливості

застосування математичного аналізу для оцінки ризиків і прийняття рішень у контексті торгівлі [35].

На основі опрацювання наукових джерел та узагальнення існуючих підходів до аналізу роздрібної торгівлі сформовано п'ять основних методологічних підходів до оцінювання рівня її розвитку. Вони відображають різні аналітичні перспективи – від інституційного середовища до поведінкових характеристик споживачів і кількісного моделювання економічних процесів. Така класифікація дозволяє комплексно охарактеризувати специфіку функціонування роздрібної торгівлі та обґрунтовано обрати відповідний інструментарій для подальшого дослідження. Узагальнені характеристики кожного з підходів подано у таблиці 1.2.

Таблиця 1.2

## Підходи до оцінювання рівня розвитку роздрібної торгівлі

Назва підходу	Суть підходу	Основні характеристики	Переваги	Обмеження
1	2	3	4	5
Інституційно-структурний	Аналізує правову, організаційну структуру, типи власності, конкуренцію	Частка мережевої торгівлі, іноземні інвестори, регуляторна база, форми організації	Враховує ринкове середовище, правові й організаційні чинники	Важко формалізувати, відсутність кількісних індикаторів
Ресурсно-функціональний	Оцінює ресурси (персонал, площа) і функціональні аспекти (асортимент, IT)	Торговельна площа, чисельність персоналу, логістика, IT-системи, асортиментна політика	Дає змогу вимірювати операційну ефективність	Потребує великого обсягу внутрішніх даних, складність збору
Інтегрально-індексний	Побудова узагальненого індексу на основі різних показників	Агреговані оцінки, ранжування, методи нормалізації, зважування, наприклад GRDI	Порівняння різних об'єктів, зручна інтерпретація	Суб'єктивність у виборі показників та вагових коефіцієнтів
Споживчо-орієнтований	Фокус на споживачах: їх поведінці, задоволеності, очікуваннях	Опитування, фокус-групи, панельні дослідження, індекси лояльності	Дає інформацію про реальні переваги та очікування покупців	Суб'єктивність даних, висока вартість проведення досліджень

## Продовження таблиці 1.2

1	2	3	4	5
Економіко-математичний	Використання моделей і методів кількісного аналізу	Регресійний, факторний, кластерний аналіз, економічне моделювання, прогнозування	Висока точність, можливість виявлення закономірностей і трендів	Потреба в якісній статистиці, складність інтерпретації моделей

Джерело: авторська розробка.

Різноманіття підходів до оцінювання рівня розвитку роздрібної торгівлі свідчить про комплексний характер цієї сфери. У практиці дослідження доцільним є комбінування кількісних та якісних методів, а також інтеграція структурних, функціональних та поведінкових аспектів. Вибір конкретного підходу залежить від мети аналізу, доступності даних і рівня деталізації.

## ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

У першому розділі проведено комплексний аналіз теоретичних і методологічних аспектів роздрібної торгівлі з позицій її сутності, факторів розвитку та методів оцінювання регіональної динаміки. Розглянуто сучасні наукові підходи до визначення поняття «роздрібна торгівля», систематизовано чинники, що визначають її розвиток, а також оцінено методологічні підходи до вимірювання ефективності торговельної діяльності. На основі проведеного аналізу сформовано висновки, які підкреслюють ключові особливості та закономірності функціонування роздрібної торгівлі на регіональному рівні:

1. Аналіз теоретичних підходів до поняття «роздрібна торгівля» дозволив встановити, що ця категорія має багатогранний характер і охоплює економічні, організаційні, соціальні та просторові аспекти. У науковій літературі відсутнє єдине універсальне визначення, проте всі підходи підкреслюють, що роздрібна торгівля є завершальною ланкою руху товарів, спрямованою на задоволення потреб кінцевих споживачів. У сучасних умовах її роль значно ширша:

роздрібна торгівля формує внутрішній попит, забезпечує зайнятість, впливає на розвиток виробництва та посилює економічні зв'язки між регіонами. Запропоноване в роботі визначення дозволяє інтегрувати різні теоретичні підходи й підкреслити функціональну роль роздрібної торгівлі в регіональному розвитку.

2. Систематизація факторів розвитку роздрібної торгівлі засвідчила їхню комплексність і взаємозалежність. Економічні (ВРП, доходи населення), демографічні (густота населення, вікова структура), інфраструктурні (транспорт, логістика, інтернет-покриття), соціокультурні (споживчі звички), інституційно-регуляторні (податки, дозвільні процедури) та геополітичні (безпека, близькість до лінії конфлікту) чинники однаково суттєво визначають можливості регіонального розвитку. У післявоєнний період особлива роль належить логістичним і безпековим детермінантам, що формують інвестиційний попит і спроможність ринків до відновлення. Висновок: ефективні політики мають враховувати весь спектр детермінантів та їхню регіональну варіативність.

3. Оцінювання розвитку роздрібної торгівлі вимагає комбінованого методологічного підходу. Інституційно-структурний, ресурсно-функціональний, ринковий, поведінковий та інтегральний підходи мають власні переваги й обмеження; їхнє поєднання забезпечує комплексну і менш упереджену оцінку. Для практичних розрахунків доцільно використовувати поєднання макроіндикаторів (обсяги товарообороту, ВРП), ресурсних показників (площа торговельних об'єктів, чисельність персоналу), інфраструктурних параметрів (логістика, інтернет-покриття) та якісних ознак (рівень цифровізації, поведінка споживачів). Такий підхід становить методичну основу побудови інтегрального індексу GRDI-IMI.

## РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ

### 2.1. Динаміка обсягів роздрібного товарообороту: національний зріз

Роздрібний товарооборот є одним із базових показників, що характеризують стан і динаміку розвитку внутрішнього ринку країни. Він відображає кінцевий попит населення на товари, обсяг їх фактичного продажу через торговельну мережу, а також рівень ділової активності підприємств роздрібної торгівлі. У макроекономічному аспекті цей показник виступає важливим індикатором споживчої активності та економічного зростання, оскільки більша частина валового внутрішнього продукту формується саме за рахунок кінцевого споживання домогосподарств [54].

Динаміка роздрібного товарообороту дозволяє відстежувати зміни в структурі споживчих витрат, рівні купівельної спроможності населення, вплив інфляційних процесів, податкової політики та соціально-економічних шоків (зокрема, воєнних подій або пандемій) [10]. Для підприємств роздрібної торгівлі цей показник є мірилом результативності їх діяльності, конкурентоспроможності, ефективності логістики й маркетингових стратегій [41].

Таким чином, аналіз динаміки роздрібного товарообороту має не лише описовий, а й аналітичний характер, адже дає змогу виявити тенденції розвитку внутрішнього ринку, оцінити рівень економічної стабільності країни та визначити потенціал споживчого сектора як драйвера економічного відновлення [76].

Аналіз динаміки роздрібного товарообороту підприємств роздрібної торгівлі у 2021-2024 рр. наведено в табл. 2.1.

Упродовж 2021-2024 років спостерігалася виразна динаміка відновлення роздрібної торгівлі після кризових потрясінь, спричинених повномасштабною війною.

Таблиця 2.1

## Роздрібний товарооборот підприємств роздрібної торгівлі у 2021-2024 рр.

Показник	Рік				2024 до 2021, %
	2021	2022	2023	2024	
Оборот роздрібної торгівлі, млн. грн	1443,83	1396,27	1855,38	2171,98	150,4
Індекс фізичного обсягу обороту роздрібної торгівлі до відповідного періоду попереднього року, %	110,7	78,6	117,0	111,5	100,7
Роздрібний товарооборот підприємств роздрібної торгівлі (юридичних осіб), млн. мгрн	1044,52	971,14	1248,03	1512,03	144,7
Індекс фізичного обсягу роздрібного товарообороту до відповідного періоду попереднього року, %	110,9	75,5	113,4	115,6	104,2

Джерело: побудовано за [15].

У 2021 р. оборот роздрібної торгівлі становив 1443,8 млрд грн, зростання фізичного обсягу порівняно з попереднім роком – на 10,7%. Це свідчило про активне відновлення споживчого попиту після пандемічного періоду, стабільний рівень купівельної спроможності населення та пожвавлення ділової активності [25].

2022 р. став кризовим: внаслідок воєнних дій показники суттєво скоротилися. Оборот роздрібної торгівлі зменшився до 1396,3 млрд грн, а індекс фізичного обсягу впав до 78,6%, що означає зниження реального обсягу продажів майже на чверть. Аналогічна тенденція спостерігалася серед підприємств роздрібної торгівлі – їхній товарооборот знизився до 971,1 млрд грн, а фізичний обсяг – до 75,5%.

Починаючи з 2023 р., відбулося відновлення ринку: оборот роздрібної торгівлі зріс до 1855,4 млрд грн (зростання на 33% порівняно з попереднім роком), а індекс фізичного обсягу піднявся до 117,0%, що свідчить про реальне

пожвавлення споживчої активності. Позитивна динаміка продовжилася і в 2024 р., коли загальний оборот сягнув 2172,0 млрд грн, а індекс фізичного обсягу – 111,5%.

Підприємства роздрібної торгівлі (юридичні особи) також демонстрували сталу тенденцію до зростання: з 971,1 млрд грн у 2022 р. до 1512,0 млрд грн у 2024 р., що відповідає підвищенню індексу фізичного обсягу до 115,6%.

Загалом, у 2021-2024 рр. динаміка роздрібного товарообороту відображає циклічність розвитку споживчого ринку: спад у 2022 р. внаслідок воєнних дій змінився поступовим відновленням і нарощенням економічної активності у 2023-2024 рр. Це свідчить про адаптаційний потенціал торговельного сектору, розширення логістичних можливостей, зростання онлайн-продажів і зміцнення внутрішнього попиту навіть за умов воєнної економіки.

Структура роздрібного товарообороту за типами суб'єктів господарювання у 2021-2024 рр. подана в табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Структура роздрібного товарообороту за типами суб'єктів господарювання у  
2021-2024 рр.

Рік	Загальний оборот роздрібної торгівлі, млн грн	Оборот юридичних осіб, млн грн	Частка юридичних осіб, %	Частка фізичних осіб-підприємців, %
2021	1443,83	1044,52	72,4	27,6
2022	1396,27	971,14	69,6	30,4
2023	1855,38	1248,03	67,3	32,7
2024	2171,98	1512,03	69,6	30,4

Джерело: побудовано за [15].

У 2021-2022 рр. спостерігалось зниження частки юридичних осіб у загальному обсязі роздрібного товарообороту з 72,4% до 69,6%, що пояснюється скороченням масштабних мережевих операцій та активізацією дрібного підприємництва (ФОПів) у період воєнної невизначеності [23].

У 2023 р. тренд поглибився до 67,3%, проте у 2024 р. частка юридичних осіб знову зросла до 69,6%, що свідчить про поступове відновлення діяльності великих торговельних мереж і стабілізацію ринку.

Загалом, структура демонструє гнучкість українського ритейлу, де під час кризи дрібні підприємці швидше адаптувалися до змін (мобільна торгівля, онлайн-канали, локальні мережі), тоді як великі компанії забезпечили обсяги зростання у фазі відновлення.

Частка юридичних осіб у структурі роздрібного товарообороту залишається визначальною, проте поступово знижується на користь фізичних осіб-підприємців (ФОПів). У 2021 р. обсяг реалізації юридичних осіб становив 1044,52 млрд грн, або близько 72,4% від загального обороту, тоді як у 2024 р. – 1512,03 млрд грн, або 69,6%. Отже, частка малого бізнесу (ФОПів) зросла з 27,6% до 30,4%, що свідчить про певну демократизацію ринку та розвиток локальної торгівлі.

Темп приросту обороту юридичних осіб у 2024 р. порівняно з 2021 р. становив +44,7%, тоді як загальний товарооборот зріс на +50,4%. Таким чином, загальний ринок зростав швидше, що може пояснюватися активним розвитком приватних підприємців, які швидше адаптувалися до нових умов торгівлі, особливо в онлайн-сегменті та у сфері товарів першої необхідності.

Індекси фізичного обсягу свідчать, що реальне відновлення (з урахуванням інфляції) почалося лише з 2023 р. – індекс зріс із 75,5% у 2022 р. до 113,4% у 2023 р., що підтверджує фазу поживлення роздрібного ринку. У 2024 р. він досяг 115,6%, демонструючи стабілізацію споживчого попиту (рис.2.1).

Індекси фізичного обсягу обороту відображають реальну зміну споживчої активності з урахуванням інфляційного фактору та демонструють циклічну динаміку українського ринку роздрібною торгівлі.

В передкризовий період (2021 р.) показники перевищували 110%, що свідчить про зростання споживчого попиту та активне відновлення після пандемічних обмежень.

У 2022 р. індекси різко знизилися – до 78,6% (загальний оборот) і 75,5% (юридичні особи). Це означає скорочення реального обсягу продажів більш ніж на 20%, спричинене:

тимчасовим припиненням діяльності частини торговельних підприємств;

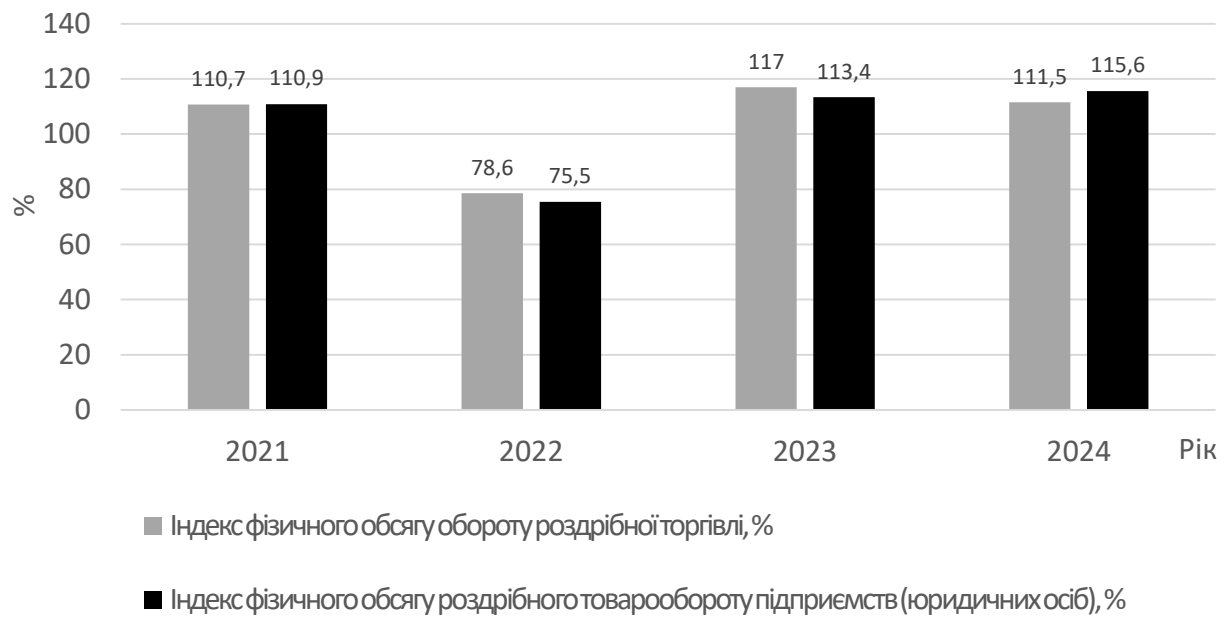


Рис. 2.1. Динаміка індексів фізичного обсягу роздрібної торгівлі у 2021-2024 рр.

Джерело: побудовано за [13].

руйнуванням логістики та споживчої інфраструктури;  
 релокацією бізнесу в центральні та західні регіони;  
 різким падінням купівельної спроможності населення.

З 2023 р. індекси знову перевищують 110%, що означає реальне зростання обсягів продажу (понад 13 п.п. приросту порівняно з 2022 р.). Це свідчить про поживлення внутрішнього ринку, зумовлене:

адаптацією споживачів і бізнесу до умов війни;  
 розвитком онлайн-торгівлі й логістики останньої милі;  
 відновленням стабільності у регіонах із меншим рівнем ризику.

В 2024 р. індекси залишилися на рівні 111,5% та 115,6%, що відображає перехід до фази стабільного зростання без різких коливань. Зростання реального обсягу продажу зберігається, але темпи поступово вирівнюються, що відповідає збалансованому попиту населення в умовах воєнної економіки.

Для відображення динаміки та ключових трансформацій роздрібно́ї торгівлі в Україні у воєнний період проведено періодизацію основних етапів її розвитку. Кожен етап характеризується специфічними економічними умовами, тенденціями та структурними змінами на ринку (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

## Етапи розвитку роздрібно́ї торгівлі в Україні у 2021-2024 рр.

Етап	Хронологічні межі	Характеристика періоду	Ключові тенденції	Структурні зміни ринку
Передкризовий розвиток	2021 р.	Зростання споживчого попиту та розширення роздрібно́ї мережі після пандемії COVID-19.	Позитивна динаміка товарообороту (+10%), стабільне відновлення економіки, активізація офлайн-торгівлі.	Домінування великих мережевих компаній (юридичних осіб), помірна частка малого бізнесу.
Шоковий спад	2022 р.	Різне скорочення роздрібно́го обороту через початок повномасштабної війни, релокацію бізнесу та падіння купівельної спроможності.	Падіння реального товарообороту (індекс 75–78%), зупинка частини торговельних мереж, зниження інвестиційної активності.	Посилення ролі локальних підприємців і гнучких форматів торгівлі; зростання частки ФОПів.
Відновлення і стабілізація	2023-2024 рр.	Поступове відновлення ринку, зростання обсягів продажу та адаптація до умов воєнного часу.	Зростання товарообороту на +33% у 2023 р. та +17% у 2024 р., стабілізація індексів фізичного обсягу (понад 110%).	Розвиток онлайн-каналів і малого бізнесу, відновлення позицій великих мереж, підвищення адаптивності роздрібно́ї торгівлі.

Джерело: авторська розробка.

Узагальнюючи результати аналізу, можна констатувати, що роздрібна торгівля України у 2021-2024 рр. продемонструвала високу адаптивність до кризових викликів і здатність до відновлення навіть в умовах воєнної економіки [66]. Після шокового спаду 2022 р. сектор швидко перейшов у фазу поживлення та стабілізації, що супроводжувалося структурним зсувом у бік малого бізнесу, гнучких форматів продажу та цифрових каналів збуту [5].

Відновлення у 2023-2024 рр. свідчить не лише про повернення споживчої активності, а й про поступове формування нової моделі ритейлу, зорієнтованої на внутрішній попит, технологічні рішення та регіональну диверсифікацію. Це створює потенціал для післявоєнного зростання, побудованого на більш стійких і адаптивних ринкових механізмах.

## 2.2. Оцінка регіональної диференціації роздрібною торгівлі

Роздрібна торгівля є однією з ключових складових економіки України, яка безпосередньо відображає рівень добробуту населення, ділову активність і розвиток внутрішнього ринку [54]. Проте економічні процеси у різних регіонах країни відбуваються нерівномірно, що проявляється у значній регіональній диференціації обсягів товарообороту, купівельної спроможності населення та розвитку торговельної інфраструктури [12].

Метою даного параграфу є виявлення та кількісна оцінка просторових відмінностей у розвитку роздрібною торгівлі регіонів України, а також визначення загальних тенденцій диференціації, які стануть основою для подальшої інтегральної оцінки привабливості регіонів у розділі 3.

Одним із найважливіших показників розвитку торгівлі є обсяг роздрібного товарообороту підприємств, який відображає активність споживчого ринку та економічну силу регіону [61].

Аналіз даних за 2019-2023 рр. показує суттєві відмінності між регіонами (табл. 2.4). Лідерами за обсягами реалізованої продукції є м. Київ, Дніпропетровська, Київська та Львівська області, на які сукупно припадає понад половину загального обсягу роздрібного товарообороту країни. Водночас Чернівецька, Кіровоградська, Тернопільська області мають найнижчі значення показника [14].

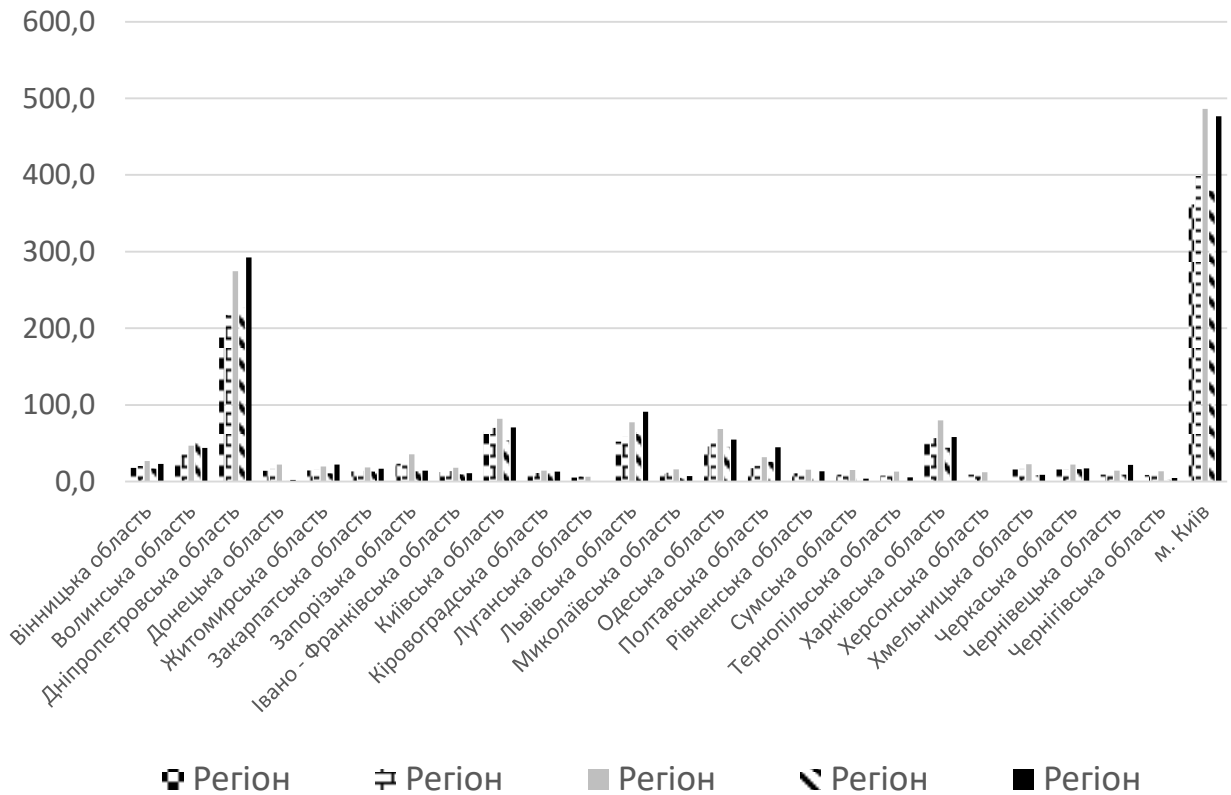


Рис. 2.2. Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання в сфері роздрібна торгівля, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами у розрізі регіонів у 2019-2023 рр., млрд грн

Джерело: побудовано автором на основі [14].

Аналіз показує, що диференціація між регіонами залишається значною. У 2023 р. розрив між лідером (м. Київ) та регіонами з найнижчими показниками перевищує 216 разів. Така концентрація свідчить про високий рівень територіальної нерівномірності торговельної активності [65].

Купівельна спроможність є базовим чинником, який визначає потенціал розвитку роздрібною ринку [47]. Для її оцінки використано показники середньомісячної заробітної плати (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Середня заробітна плата штатних працівників по регіонах за місяць на 1 січня року, грн

Регіон	Рік			
	2020	2021	2022	2022/2020, %
<b>Україна</b>	<b>10727</b>	<b>12337</b>	<b>14577</b>	135,89
Вінницька	9481	10751	12555	132,42
Волинська	8594	10048	11735	136,54
Дніпропетровська	11310	12744	14479	128,02
Донецька	11656	13786	15480	132,81
Житомирська	8562	10111	12123	141,59
Закарпатська	9112	10417	12115	132,95
Запорізька	10720	12542	14510	135,35
Івано-Франківська	9043	10558	11827	130,79
Київська	11267	12645	15152	134,49
Кіровоградська	8677	9780	11658	134,35
Луганська	8904	10324	12266	137,76
Львівська	9782	11038	12936	132,24
Миколаївська	10525	12535	14382	136,64
Одеська	9653	10995	12960	134,26
Полтавська	10017	11353	13412	133,89
Рівненська	9179	11406	13358	145,53
Сумська	8891	10306	12119	136,31
Тернопільська	8181	9922	11455	140,02
Харківська	9182	10364	12510	136,24
Херсонська	8275	9971	11778	142,34
Хмельницька	8846	10725	12352	139,64
Черкаська	8865	10460	12311	138,87
Чернівецька	8185	9696	11326	138,37
Чернігівська	8479	9877	11853	139,79
м. Київ	15787	17533	21347	135,22

Джерело: побудовано автором на основі [14].

Отримані результати свідчать, що регіональні відмінності у доходах населення залишаються значними. Високий рівень зарплат забезпечує стабільний попит у центральних та південних регіонах, тоді як західні області демонструють стримані темпи зростання через трудову міграцію [27].

Наступним важливим аспектом є розвиток інфраструктури роздрібної торгівлі, що характеризується кількістю підприємств роздрібної торгівлі (табл. 2.5).

Таблиця 2.5.

Кількість підприємств роздрібно́ї торгівлі за регіонами України, 2021-  
2024 рр., од.

Регіон	Рік					Темп приросту (2023/2019),%
	2019	2020	2021	2022	2023	
Україна	591829	593264	557446	474454	503726	-14,89
Вінницька область	25025	24568	22759	21641	22973	-8,20
Волинська область	16997	16677	15946	15149	16347	-3,82
Дніпропетровська область	39954	41126	39203	35919	39753	-0,50
Донецька область	26330	26639	24563	11008	10019	-61,95
Житомирська область	18779	18901	17970	16751	17519	-6,71
Закарпатська область	19233	18930	17759	16681	17316	-9,97
Запорізька область	24600	25161	23376	12934	12537	-49,04
Івано - Франківська область	20476	20712	19984	18186	18960	-7,40
Київська область	31729	31332	29682	28047	31019	-2,24
Кіровоградська область	13145	13079	12220	11383	12277	-6,60
Луганська область	9408	9353	8586	1908	872	-90,73
Львівська область	35809	35717	34139	33226	36417	1,70
Миколаївська область	18133	17922	16876	13827	14860	-18,05
Одеська область	42610	42456	39262	34888	36987	-13,20
Полтавська область	21669	22802	21565	18590	20308	-6,28
Рівненська область	16221	16561	15958	15470	16670	2,77
Сумська область	15836	16087	15228	13654	14084	-11,06
Тернопільська область	14594	14720	13970	13582	14143	-3,09
Харківська область	42679	43317	40811	32738	34384	-19,44
Херсонська область	17658	17164	15966	4753	4391	-75,13
Хмельницька область	28125	28100	26376	25653	27201	-3,29
Черкаська область	18626	18214	16808	15452	16431	-11,78
Чернівецька область	19015	18923	17336	16431	17267	-9,19
Чернігівська область	15296	15282	14447	13246	13839	-9,53
м. Київ	39882	39521	36656	33337	37152	-6,85

Джерело: побудовано автором на основі [14].

Як свідчать розрахунки, найбільша насиченість торговельними об'єктами характерна для м. Києва та Львівської області, тоді як у низці регіонів спостерігається дефіцит інфраструктури, що стримує розвиток роздрібного бізнесу [73].

Проведений аналіз засвідчив, що регіональна структура роздрібно́ї торгівлі України є нерівномірною. Найбільший розвиток мають економічно потужні регіони з високими доходами населення та розвинутою

інфраструктурою. Разом із тим, у низці областей спостерігається уповільнення зростання споживчого попиту та недостатній рівень інвестицій у торговельну мережу [46].

Для більш об'єктивної оцінки регіональних можливостей доцільним є побудова інтегрального індексу розвитку роздрібно́ї торгівлі, який поєднає економічні, демографічні та інфраструктурні чинники [53]. Цей підхід буде реалізовано у наступному параграфі, де здійснюється ідентифікація перспективних регіонів за індексом GRDI.

Регіональні диспропорції розвитку роздрібно́ї торгівлі формуються під впливом багатьох чинників, серед яких провідне місце посідають демографічні, економічні та інфраструктурні [45]. Вони визначають потенціал споживчого попиту, рівень платоспроможності населення, можливості підприємницької активності та ефективність логістичного забезпечення. У цілому ці фактори формують конкурентоспроможність регіонального торговельного простору, зумовлюючи різний темп зростання товарообороту в областях України.

Демографічна база є фундаментом розвитку споживчого ринку [32]. Найвищі обсяги роздрібно́го товарообороту традиційно спостерігаються в регіонах із значною чисельністю населення, високим рівнем урбанізації та концентрацією економічної активності. Так, Київ, Дніпропетровська, Одеська та Львівська області формують понад 40 % загального товарообороту країни. Це пов'язано не лише з кількістю населення, а й зі структурою споживання – переважанням міського способу життя, насиченістю торговельної мережі, розвиненими формами сучасного ритейлу.

Водночас демографічне скорочення, міграційні втрати та старіння населення у північних і східних областях (Чернігівська, Сумська, Луганська) призводять до звуження споживчої бази та зменшення інтенсивності попиту [59]. Це створює додаткові ризики для роздрібних підприємств, які працюють у форматі традиційної торгівлі, не маючи можливості компенсувати втрату клієнтів за рахунок електронних каналів збуту.

Рівень розвитку роздрібно́ї торгівлі безпосередньо залежить від економічної спроможності населення та підприємницької активності [11]. Найбільш тісний зв'язок простежується між обсягом роздрібного товарообороту та показниками ВРП на душу населення, середньомісячної заробітної плати та обсягу інвестицій у регіон. Кореляційний аналіз засвідчує, що коефіцієнт кореляції між середньою заробітною платою та товарооборотом на одну особу перевищує 0,8, що свідчить про пряму залежність купівельної спроможності та розвитку торгівлі.

Регіони з високими доходами населення (м. Київ, Київська, Дніпропетровська, Полтавська області) мають значно більшу частку сучасних торговельних форматів — мережевих супермаркетів, торгових центрів, інтернет-магазинів. Натомість у менш розвинених за доходами регіонах (Чернівецька, Тернопільська, Херсонська області) домінує дрібна приватна торгівля з низькою капіталізацією.

Інфраструктурна забезпеченість створює матеріальну основу функціонування роздрібно́ї торгівлі [74]. Наявність розгалуженої мережі торгових підприємств, транспортної доступності та логістичних вузлів визначає швидкість товарообігу й доступність товарів для споживачів. Висока концентрація торгових площ і логістичних центрів у Києві, Дніпрі, Одесі та Львові забезпечує ста́ле зростання товарообороту навіть за умов коливань попиту.

У низці регіонів (Закарпатська, Чернігівська, Кіровоградська області) спостерігається дефіцит сучасних торговельних площ і низька частка мережевого ритейлу. Це обмежує конкуренцію, стримує інноваційні формати продажу та знижує ефективність регіональних ринків.

Узагальнюючи результати дослідження, можна стверджувати, що демографічні фактори формують споживчу базу, економічні — визначають рівень платоспроможності населення, а інфраструктурні — забезпечують ефективність реалізації товарів [52].

Найбільш збалансоване поєднання цих чинників спостерігається у Києві, Дніпропетровській, Одеській і Львівській областях, що зумовлює їх лідерські позиції на національному ринку роздрібної торгівлі.

Натомість регіони з демографічним спадом, низькими доходами та слабкою інфраструктурою демонструють нижчі темпи розвитку.

Виявлені закономірності підтверджують доцільність подальшої інтеграції показників у єдиний індекс розвитку роздрібної торгівлі, який дозволить ідентифікувати перспективні регіони з урахуванням сукупного впливу демографічних, економічних та інфраструктурних факторів.

### 2.3. Ідентифікація перспективних регіонів за індексом розвитку роздрібної торгівлі

Незважаючи на соціально-економічні шоки, ринок демонструє поступове відновлення, що відображається у зростанні обсягів роздрібної торгівлі, збільшенні доходів населення та зростанні інвестиційної активності в регіонах. Зважаючи на сучасні виклики, включно з війною та економічними потрясіннями, значне значення набуває розвиток електронної торгівлі. Дослідження [39] показують, що адаптація споживачів до онлайн-покупок та активне використання цифрових каналів продажу дозволяють зменшити негативний вплив кризових факторів на регіональні ринки. Це підтверджує необхідність врахування цифрової присутності при оцінці привабливості ринку та формуванні стратегій розвитку торговельної мережі. Водночас регіональні відмінності щодо економічного потенціалу, насиченості торговельної інфраструктури та рівня інвестицій створюють неоднорідну привабливість ринку. У цьому контексті застосування комбінованого індексу GRDI-IMI дозволяє комплексно оцінити потенціал і конкурентоспроможність різних регіонів, зіставити макроекономічні та інфраструктурні характеристики з

інвестиційною привабливістю і сформувані обґрунтовані рекомендації щодо розвитку торговельної мережі.

Отже, використовуючи методику проведемо розрахунок GRDI для регіонів України на основі таких показників: обсяг реалізованої продукції роздрібною торгівлі (крім автотранспорту); середня заробітна плата; кількість підприємств роздрібною торгівлі; індекс споживчих цін. Ваги для цих показників було використано наступні: обсяг реалізованої продукції – 40%; середня зарплата – 30%; кількість підприємств – 20%; індекс споживчих цін – 10%. Після цього зробимо окремий аналіз макроекономічних факторів: валовий регіональний продукт; прямі іноземні інвестиції в торгівлю; індекс споживчих цін (як підтримуючий фактор).

Нормалізація даних для кожного регіону та показника здійснювалась за формулою:

$$X_{\text{НОРМ}} = \frac{X - X_{\text{min}}}{X_{\text{max}} - X_{\text{min}}} \quad (2.1)$$

Щоб всі показники були в одному масштабі [0;1] – це базова процедура для GRDI.

Розрахунок зваженого індексу GRDI для кожного регіону:

$$\text{GRDI}_i = 0,4 * P_{i,\text{продаж}} + 0,3 * P_{i,\text{зарплата}} + 0,2 * P_{i,\text{підприємства}} + 0,1 * P_{i,\text{індекс цін}} \quad (2.2),$$

де  $P_i$  – нормовані значення для регіону  $i$ .

Проведені розрахунки предсталені в таблиці 2.6.

Проведені розрахунки дозволяють зробити наступні висновки: лідер ринку – м. Київ, що цілком логічно через високу концентрацію продажів, високий рівень зарплат та кількість підприємств. Київ також має найкращі умови за індексом споживчих цін, що підтримує купівельну спроможність; потужні регіональні ринки: Дніпропетровська, Львівська, Київська та Харківська області демонструють відносно високі показники за продажами і підприємствами. Це основні центри роздрібною торгівлі поза Києвом; середні

позиції займають такі області, як Полтавська, Одеська, Вінницька, Запорізька – тут показники нижчі, але все ж помітні; низька привабливість у регіонах, що зазнали значних економічних потрясінь через війну (Луганська, Донецька, Херсонська області). Там дуже низькі значення продажів, підприємств і зарплат.

Таблиця 2.6

Оцінка привабливості регіональних ринків роздрібної торгівлі України за методикою GRDI, 2023 р.

Регіон	Нормовані показники				GRDI (комбін.)
	Продажі	Зарплата	Підприємства	Індекс цін	
м. Київ	1,000	1,000	0,959	1,000	0,990
Дніпропетровська	0,222	0,243	0,786	0,979	0,239
Львівська	0,199	0,210	0,979	0,979	0,225
Київська	0,155	0,174	0,834	0,979	0,178
Харківська	0,143	0,154	0,925	0,979	0,169
Полтавська	0,112	0,117	0,546	0,979	0,120
Одеська	0,115	0,122	0,638	0,979	0,127
Вінницька	0,087	0,091	0,567	0,979	0,093
Запорізька	0,053	0,061	0,627	0,979	0,057
Волинська	0,033	0,035	0,633	0,979	0,035
Житомирська	0,069	0,070	0,586	0,979	0,073
Хмельницька	0,066	0,068	0,543	0,979	0,070
Черкаська	0,062	0,063	0,525	0,979	0,065
Тернопільська	0,039	0,041	0,504	0,979	0,042
Рівненська	0,041	0,042	0,595	0,979	0,044
Івано-Франківська	0,046	0,047	0,541	0,979	0,049
Чернівецька	0,045	0,046	0,519	0,979	0,048
Миколаївська	0,044	0,046	0,513	0,979	0,047
Чернігівська	0,041	0,042	0,486	0,979	0,043
Сумська	0,034	0,035	0,505	0,979	0,036
Кіровоградська	0,033	0,034	0,521	0,979	0,035
Херсонська	0,022	0,023	0,138	0,979	0,023
Луганська	0,004	0,004	0,017	0,979	0,004
Донецька	0,002	0,002	0,020	0,979	0,002

Джерело: побудовано на основі [50].

Ваги показників відображають баланс між економічною активністю (продажі, кількість підприємств) і рівнем доходів населення (зарплата). Індекс

цін має невеликий вплив, оскільки він відносно стабільний. Дослідження Pchuk et al. [40] підкреслюють, що оптова торгівля харчовими товарами в Україні за умов воєнного стану зазнає суттєвих змін: оптимізація логістики, адаптація постачальницьких ланцюгів та інтеграція цифрових інструментів управління запасами стають критично важливими. Ці фактори безпосередньо впливають на регіональні відмінності у привабливості ринків роздрібно́ї торгівлі.

Проведемо макроекономічний аналіз регіонів України, використовуючи такі ключові показники: валовий регіональний продукт; прямі іноземні інвестиції в торгівлю; індекс споживчих цін. Для порівняння даних між регіонами кожен показник нормуємо до максимального значення по всій країні (значення максимального регіону = 1).

Ваги, що відображають їхню значущість у макроекономічному контексті:  
валовий регіональний продукт – 0,5 (основний показник економічної потужності);

прямі інвестиції – 0,4 (індикатор інвестиційної привабливості);

індекс споживчих цін – 0,1 (індикатор інфляційного навантаження).

Розрахунок інтегрованого макроекономічного індексу подано в таблиці 2.7.

З таблиці 2.7 видно, що лідер за макроекономічною привабливістю – м. Київ (індекс = 1), оскільки це столиця, центр бізнесу та фінансів. Дніпропетровська область – другий за показником (0,363), завдяки значному валовому регіональному продукту і інвестиціям; Львівська, Київська, Полтавська області мають середні значення, з помітним валовим регіональним продуктом і помірними інвестиціями. Області з низькими прямими інвестиціями (Одеська, Запорізька, Волинська) мають низькі індекси, навіть якщо валовий регіональний продукт середній. Індекс споживчих цін фактично однаковий для всіх, тому в цьому розрахунку мало впливає на результат.

Для комплексної оцінки регіональних ринків роздрібно́ї торгівлі за методикою GRDI-IMI інтегруємо: основний GRDI-індекс та макроекономічний індекс (IMI).

Модель інтеграції: основний GRDI (блоки В, С, D) – 70%;  
макроекономічний індекс ІМІ (блок А) – 30%:

$$\text{Комплексний індекс} = 0,7 * \text{GRDI} + 0,3 * \text{ІМІ} \quad (3.3)$$

Таблиця 2.7

Оцінка привабливості регіональних ринків роздрібно́ї торгівлі України за  
методикою ІМІ, 2023 р.

Регіон	Нормовані показники			ІМІ
	Валовий регіональний продукт	Прямі інвестиції	Індекс споживчих цін	
Україна	1	1	1	1
Вінницька	0,033	0,006	1	0,018
Волинська	0,017	0,001	1	0,009
Дніпропетровська	0,11	0,159	1	0,112
Донецька	0,016	0,000	1	0,009
Житомирська	0,021	0,001	1	0,012
Закарпатська	0,015	0,003	1	0,009
Запорізька	0,045	0,001	1	0,025
Івано-Франківська	0,024	0,001	1	0,014
Київська	0,058	0,089	1	0,056
Кіровоградська	0,02	0,003	1	0,012
Луганська	0,005	0,000	1	0,003
Львівська	0,063	0,021	1	0,042
Миколаївська	0,026	0,001	1	0,015
Одеська	0,058	0,005	1	0,033
Полтавська	0,056	0,028	1	0,045
Рівненська	0,019	0,001	1	0,011
Сумська	0,022	0,007	1	0,015
Тернопільська	0,017	0,002	1	0,011
Харківська	0,028	0,012	1	0,019
Херсонська	0,009	0	1	0,005
Хмельницька	0,024	0,003	1	0,015
Черкаська	0,027	0,006	1	0,017
Чернівецька	0,011	0,001	1	0,007
Чернігівська	0,023	0,001	1	0,013
м.Київ	0,253	0,648	1	0,312

Джерело: побудовано на основі [50].

Використовуючи формулу 3.3 отримаємо дані наведені в таблиці 2.8.

м. Київ залишається безперечним лідером, але інтеграція макроекономіки дещо знижує оцінку (враховано залежність від інвестицій і валового регіонального продукту). Дніпропетровська, Львівська, Київська області зберігають високий рейтинг, але знижується через середні макроекономічні показники. Регіони з низькими GRDI (роздрібною активністю) і слабким

Таблиця 2.8

Інтегрований розрахунок комплексного індексу привабливості ринку роздрібної торгівлі GRDI-IMI для регіонів, 2023 р.

Регіон	GRDI	IMI	GRDI Інтегр
м. Київ	0,990	0,312	0,819
Дніпропетровська	0,239	0,112	0,205
Львівська	0,225	0,042	0,168
Київська	0,178	0,056	0,140
Харківська	0,169	0,019	0,124
Полтавська	0,120	0,045	0,102
Одеська	0,127	0,033	0,101
Вінницька	0,093	0,018	0,073
Запорізька	0,057	0,025	0,049
Волинська	0,035	0,009	0,029
Житомирська	0,073	0,012	0,054
Хмельницька	0,070	0,015	0,052
Черкаська	0,065	0,017	0,051
Тернопільська	0,042	0,011	0,034
Рівненська	0,044	0,011	0,034
Івано-Франківська	0,049	0,014	0,040
Чернівецька	0,048	0,007	0,034
Миколаївська	0,047	0,015	0,038
Чернігівська	0,043	0,013	0,035
Сумська	0,036	0,015	0,031
Кіровоградська	0,035	0,012	0,029
Херсонська	0,023	0,005	0,017
Луганська	0,004	0,003	0,004
Донецька	0,002	0,009	0,004

Джерело: побудовано на основі [50].

макроекономічним індексом (IMI) – Луганська, Донецька, Херсонська – отримують мінімальні інтегровані бали, що сигналізує про низьку привабливість для роздрібної торгівлі.

Здійснені розрахунки інтегрованого індексу GRDI-IMI дали змогу здійснити типологізацію регіонів України за рівнем привабливості ринку роздрібної торгівлі. Запропонований підхід поєднує ринкові та макроекономічні індикатори в єдиній інтегральній оцінці, що забезпечує більш комплексне відображення потенціалу розвитку. На основі отриманих результатів визначено не лише диференціацію регіонів за рівнем їхньої привабливості, але й обґрунтовано стратегічні орієнтири розвитку кожної групи з урахуванням специфіки їхнього економічного середовища та ринкових можливостей. Узагальнені результати представлено у таблиці 2.9, що є підґрунтям для подальшої розробки рекомендацій щодо удосконалення регіональної політики у сфері торгівлі.

Таблиця 2.9

Групування регіонів України за рівнем привабливості ринку роздрібної торгівлі (GRDI-IMI) та стратегічні орієнтири розвитку

Група	Діапазон інтегрованого індексу	Регіони	Стратегічні орієнтири
Лідери ринку	>0,200	м. Київ, Дніпропетровська, Львівська	Стратегія утримання та розширення: розвиток преміальних форматів і омніканальних продажів; підтримка високої якості сервісу; модернізація торговельних площ; стимулювання інновацій; розвиток логістичних хабів для електронної комерції.
Потужні регіональні центри	0,140–0,199	Київська, Харківська	Стратегія інтенсивного зростання: збільшення присутності на ринку національних та міжнародних мереж; розвиток ТРЦ нового покоління; активне впровадження програм лояльності; інвестиції у швидку доставку.
Регіони з середнім потенціалом	0,070–0,139	Полтавська, Одеська, Вінницька	Стратегія вибіркового розширення: відкриття торгових точок у містах-супутниках та агломераціях; розвиток мережі дискаунтерів та локальних маркетів; адаптація асортименту під регіональні уподобання; використання франчайзингу для зменшення ризиків.
Регіони з низьким потенціалом, але стабільною присутністю	0,030–0,069	Запорізька, Волинська, Житомирська, Хмельницька, Черкаська, Тернопільська, Рівненська, Івано- Франківська,	Стратегія точкової експансії: розвиток торгових об'єктів у обласних центрах і найбільших районних містах; підтримка локальних виробників; розширення асортименту за рахунок власних торгових марок; розвиток партнерських програм з онлайн-платформами.

		Чернівецька, Миколаївська, Чернігівська, Сумська, Кіровоградська	
Кризові регіони	<0,030	Херсонська, Луганська, Донецька	Стратегія відновлення та підтримки: орієнтація на базові товари та мобільні формати торгівлі; створення гуманітарно-торгових хабів; залучення донорських та державних програм підтримки; розвиток електронної комерції як альтернативи фізичній присутності.

Джерело: побудовано на основі [50].

Отримане групування регіонів на підставі інтегрованого індексу GRDI-IMI дозволяє чітко ідентифікувати лідерів ринку та регіони з потенційними ризиками. Таке класифікування слугує основою для обґрунтованого формулювання стратегій розвитку роздрібно́ї торгівлі та планування інвестиційної діяльності на регіональному рівні. Крім того, воно надає практичні орієнтири для адаптації бізнес-моделей відповідно до специфіки економічного середовища кожної групи регіонів.

Результати проведеного дослідження, що передбачають інтегровану оцінку привабливості регіональних ринків роздрібно́ї торгівлі України за допомогою комбінованого індексу GRDI-IMI, підтверджують важливість комплексного підходу до аналізу економічного потенціалу регіонів. Це узгоджується з висновками дослідження групи науковців [63], які підкреслюють значення мультифакторних моделей для оцінки регіонального розвитку в умовах економічної нестабільності. Автори зазначають, що інтеграція показників споживчого попиту, інвестиційної привабливості та макроекономічної стабільності дозволяє більш точно визначати пріоритетні регіони для інвестицій у сфері роздрібно́ї торгівлі. Порівняння з дослідженням [63], демонструє спільне розуміння необхідності комплексного підходу до оцінки привабливості регіональних ринків. Однак, на відміну від їхнього дослідження, яке фокусується на аналізі макроекономічних показників, авторське дослідження включає детальну оцінку ринкових індикаторів, таких

як обсяг реалізації продукції та кількість підприємств у сфері роздрібно́ї торгівлі, що дозволяє більш глибоко оцінити динаміку розвитку регіонів.

Згідно проведених досліджень, у найближчій перспективі привабливість регіональних ринків роздрібно́ї торгівлі України залишатиметься нерівномірною, проте поступово відбудуватиметься їх відновлення за умови стабілізації зовнішнього середовища. Це співпадає з висновками науковців [64], які стверджували, що у постпандемічний період основним фактором розвитку роздрібно́ї торгівлі стане адаптація до нових умов та підвищення стійкості через кластеризацію споживачів та омніканальні стратегії. Подібно́ї думки дотримується С. Ковальчук [42], яка наголошувала, що цифровізація та переорієнтація форматів торгівлі є визначальними тенденціями українського ритейлу. Однак упродовж найближчих років, як показує авторське дослідження, ключовим залишатиметься просторовий аспект розвитку – неоднорідність привабливості регіональних ринків, що потребує адресних стратегій.

Важливим підтвердженням отриманих результатів є дослідження С. Пепчук та Т. Палонна [58], які вказували на концентрацію мережевої торгівлі у столиці та кількох великих регіональних центрах. Це узгоджується з авторськими розрахунками за інтегральним показником GRDI–IMI, що також виявив концентрацію привабливості саме у цих регіонах.

У контексті кризових умов доцільно врахувати висновки Т. Сак та Т. Грітчук [60], які підкреслювали необхідність гнучких антикризових стратегій ритейлу. Авторські результати конкретизують цей підхід, демонструючи, які саме регіони мають більший потенціал для відновлення у майбутньому.

Ще одним стратегічним напрямом є державна підтримка та регуляторні заходи. На цьому акцентують О. Нікішина та А. Щербак [56], які доводили, що ефективне функціонування роздрібно́ї торгівлі потребує прозорого регулювання, рівних умов для всіх учасників ринку та підтримки малого й середнього бізнесу. Аналогічні висновки підтверджують і результати авторського аналізу, оскільки типологія регіонів, сформована за допомогою GRDI–IMI, може стати основою для диференційованої політики розвитку.

Водночас слід урахувати висновки науковців [38], які наголошували на глибоких регіональних диспропорціях в Україні, що визначають нерівність умов соціально-економічного розвитку. Авторське дослідження деталізує цю проблему, показуючи, як саме ці диспропорції проявляються у сфері роздрібно́ї торгівлі.

Проведене дослідження доповнює існуючу наукову базу й надає стратегічні орієнтири для регіонів України, що належать до різних груп за рівнем привабливості ринку роздрібно́ї торгівлі.

Проведене дослідження показало, що роздрібна торгівля в Україні характеризується значною регіональною неоднорідністю, що зумовлено відмінностями у макроекономічному потенціалі, інвестиційній активності та насиченості торговельної інфраструктури. Застосування комбінованого індексу GRDI-IMI дозволило комплексно оцінити привабливість регіональних ринків, зіставляючи економічні, інфраструктурні та ринкові показники.

За результатами інтегрованого розрахунку лідером ринку залишається м. Київ, що пояснюється високою концентрацією продажів, значними доходами населення, числом підприємств та сприятливим індексом споживчих цін. Потужні регіональні центри – Дніпропетровська, Львівська, Київська та Харківська області – демонструють високу роздрібну активність, але середній макроекономічний потенціал дещо знижує їх інтегровану оцінку. Регіони з середнім потенціалом (Полтавська, Одеська, Вінницька) характеризуються помірними показниками продажів і підприємств. Регіони з низьким потенціалом, але стабільною присутністю потребують точкових стратегій експансії та розвитку локальної торгівлі. Кризові регіони (Херсонська, Луганська, Донецька) потребують орієнтації на базові товари, мобільні формати та підтримку електронної комерції.

Ваги показників відображають баланс між економічною активністю (продажі, кількість підприємств) та рівнем доходів населення (зарплата), тоді як індекс споживчих цін має незначний вплив через відносну стабільність.

Отримані результати підкреслюють важливість комплексного підходу до оцінки регіонального розвитку, інтеграції макроекономічних та ринкових показників, а також необхідність адаптації стратегій розвитку роздрібної торгівлі до локальних умов.

Практичне значення дослідження полягає у формуванні стратегічних орієнтирів для розвитку торговельної мережі, враховуючи специфіку регіонів: утримання лідерів ринку, інтенсивне зростання потужних центрів, вибіркова експансія середніх регіонів та підтримка кризових територій [50].

## ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

У другому розділі здійснено аналіз сучасного стану та динаміки розвитку роздрібної торгівлі в Україні з урахуванням регіональних особливостей у 2019-2023 рр. Досліджено тенденції товарообороту, визначено нерівномірність регіональної структури торговельної мережі та оцінено роль інфраструктури й цифровізації в адаптації сектору до сучасних викликів. Окремо проведено кількісну сегментацію регіонів за допомогою інтегрального індексу GRDI-IMI, що дозволяє ідентифікувати лідерів та кризові території. На основі проведеного аналізу сформовано висновки, які підкреслюють ключові закономірності розвитку роздрібної торгівлі та визначають пріоритети регіональної політики:

1. Аналіз динаміки роздрібного товарообороту за 2019-2023 рр. показав, що сектор є ключовим елементом внутрішнього попиту і макроекономічної стабільності. Хоча у 2022 р. відбулося різке падіння показників, вже у 2023-2024 рр. спостерігається поступове відновлення, що супроводжується структурними змінами: зростанням ролі електронної торгівлі, поширенням омніканальних рішень та переформатуванням пропозиції в бік товарів першої необхідності. Висновок: майбутнє зростання сектору можливе за сприятливих умов інфраструктурної та нормативної підтримки, а також за розширення цифрової складової бізнесу.

2. Оцінка регіональної структури роздрібно́ї торгівлі виявила значну нерівномірність. Лідерські позиції зосереджені в м. Києві й деяких областях з високим доходом та інфраструктурою; водночас ряд регіонів має дефіцит торговельної мережі та логістики. Регіони, які постраждали від бойових дій, мають критично низькі показники і потребують спеціалізованих програм відновлення. Висновок: для усунення диспропорцій необхідні регіонально орієнтовані інструменти політики, що поєднують інвестиційні стимули, розвиток логістики та цифрові рішення.

3. Розрахунок інтегрального індексу GRDI–IMI дозволив кількісно сегментувати регіони за їхнім потенціалом розвитку роздрібно́ї торгівлі. Індекс враховує економічні, демографічні, інфраструктурні та ринкові параметри і виявив чітку групування: регіони-лідери, регіони з високою активністю, регіони середнього потенціалу та кризові регіони. Практичне значення індексу полягає в можливості пріоритизації заходів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності окремих територій. Висновок: GRDI–IMI є дієвим інструментом для планування регіональних стратегій розвитку торгівлі.

## РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ

### 3.1. Розробка регіональних стратегій стимулювання роздрібною торгівлі

Роздрібна торгівля є системоутворюючим елементом регіональної економіки, що поєднує виробничу, логістичну, споживчу та фінансову сфери. Її розвиток визначає рівень економічної активності населення, динаміку зайнятості, інвестиційну привабливість територій і якість життя. Проте на сучасному етапі регіональний розвиток торгівлі в Україні характеризується асиметрією – як за рівнем торговельного обороту на душу населення, так і за глибиною цифровізації, структурою зайнятості та насиченістю інфраструктури [7].

За даними Державної служби статистики України, у 2023 р. кількість підприємств роздрібною торгівлі становила 503,7 тис., що на 15% менше, ніж у 2019 р., але з ознаками поступового відновлення після воєнного спаду 2022 р. Найвищу насиченість торговельними об'єктами спостерігають у м. Києві, Львівській та Дніпропетровській областях, тоді як Луганська та Херсонська області мають критично низькі показники.

У таких умовах необхідним є формування регіонально диференційованих стратегій стимулювання роздрібною торгівлі, які поєднували б загальнонаціональні пріоритети з місцевими особливостями соціально-економічного середовища [9]. Основна мета таких стратегій — забезпечення стійкого, інклюзивного та інноваційного зростання торговельної діяльності, з орієнтацією на цифрову економіку та європейські стандарти просторового розвитку [43].

Ключовим завданням при цьому є подолання регіональної поляризації торговельного простору та посилення ролі роздрібною торгівлі як драйвера локального розвитку [36].

Регіональна стратегія розвитку роздрібно́ї торгівлі має базуватись на таких принципах:

принцип територіальної диференціації – орієнтація на специфіку споживчого попиту, структури населення, доходів і транспортної доступності;

принцип багаторівневого партнерства – взаємодія державних, муніципальних, бізнесових і громадських акторів;

принцип цифрової інтеграції – використання технологій Big Data, CRM, мобільних додатків і електронної аналітики для прийняття управлінських рішень [71];

принцип інклюзивності – створення можливостей для участі МСП, соціальних підприємств, кооперативів та місцевих виробників;

принцип сталості – екологічна відповідальність і енергоефективність торговельної інфраструктури [75].

Додатково, сучасні стратегії розвитку мають враховувати принцип “смарт-спеціалізації”, що передбачає фокусування на унікальних конкурентних перевагах регіону, наприклад, аграрний туризм, локальні бренди харчових товарів або транскордонну логістику [17].

Таким чином, стратегія розвитку роздрібно́ї торгівлі повинна не лише стимулювати економічну активність, а й формувати нову якість регіонального споживчого простору, де інноваційність, екологічність і цифровість поєднуються із соціальною орієнтацією.

Це означає перехід від моделі “кількісного розширення” торгівлі до “якісного перетворення” – створення більш технологічних, сталих і клієнтоцентричних форматів торгівлі [48].

Цифрова трансформація виступає базовим інструментом підвищення конкурентоспроможності роздрібно́ї торгівлі на регіональному рівні. Вона дозволяє скорочувати транзакційні витрати, розширювати ринок збуту та залучати нові групи споживачів [67].

До ключових напрямів цифровізації належать:

розвиток регіональних e-commerce кластерів та маркетплейсів для локальних виробників;

стимулювання переходу МСП до омніканальних бізнес-моделей (поєднання офлайн- і онлайн-торгівлі);

впровадження цифрових інструментів управління запасами, постачанням і клієнтськими відносинами;

формування електронних логістичних платформ на рівні регіонів;

підвищення цифрової грамотності підприємців і торговельного персоналу через освітні ініціативи [51].

Додатково варто інтегрувати регіональні торговельні системи у національні платформи даних, забезпечуючи аналітику в режимі реального часу щодо попиту, товарообігу та логістичних потоків.

Важливо, щоб цифровізація торгівлі не була стихійною, а інтегрувалась у регіональні стратегії "розумної спеціалізації" (Smart Specialisation Strategy), які вже впроваджуються у більшості регіонів України в межах євроінтеграційного курсу.

Малі та середні підприємства є основою конкурентного середовища і найгнучкішим сегментом ринку, здатним швидко реагувати на зміни попиту. Їх підтримка має стати центральним елементом регіональної політики розвитку торгівлі [16].

До ефективних механізмів підтримки МСП у сфері роздрібної торгівлі належать:

створення центрів бізнес-інкубації, що надають навчальні та консультаційні послуги з маркетингу, e-commerce, фінансового менеджменту;

програми мікрокредитування та гранти на цифровізацію бізнесу;

податкові пільги на інноваційне обладнання або торговельну логістику;

створення регіональних кластерів типу "виробник–торгівля–споживач" для розвитку коротких ланцюгів постачання;

цифрова інфраструктура підтримки підприємництва – єдині портали, CRM для МСП, інформаційні панелі ринку.

Особливу роль можуть відігравати регіональні торговельно-промислові палати як координатори програм підтримки МСП і цифрових акселераторів для малого бізнесу.

Залучення інвестицій у роздрібну торгівлю є визначальним чинником модернізації інфраструктури [62]. У пріоритеті повинні бути проекти:

будівництва енергоефективних торговельних об'єктів;

модернізації логістичних ланцюгів і складів;

розвитку торговельних парків і бізнес-зон;

впровадження зеленої інфраструктури (утилізація відходів, скорочення харчових втрат);

цифрових інвестицій у програмне забезпечення, ERP- та аналітичні системи.

За оцінками експертів, частка “зелених” та цифрових інвестицій у загальній структурі капіталовкладень у торгівлю до 2030 року може зрости до 40%, що відповідатиме європейським орієнтирам сталого розвитку.

Важливою умовою є інституційне середовище, яке гарантує інвесторам прозорість, швидке погодження проєктів і доступ до фінансових інструментів ЄС. Потенціал мають також публічно-приватні партнерства у створенні smart-retail хабів, торгових просторів з інтегрованими e-commerce платформами.

На основі аналізу регіональної диференціації (див. параграф 2.3) виокремлено типи регіонів з урахуванням їх економічної структури, насиченості інфраструктури та індексу GRDI. Відповідні пріоритети розвитку подано в табл. 3.1.

Реалізація комплексних програм стимулювання роздрібною торгівлі дасть змогу досягти збалансованого регіонального розвитку, зменшити просторову нерівність та сформувати національну мережу “розумних” торговельних хабів [44]. Очікується також значне зростання цифрового компонента економіки торгівлі.

Таблиця 3.1.

## Пріоритети розвитку роздрібної торгівлі за типом регіонів

Тип регіону	Ключовий виклик	Стратегічна мета	Основні інструменти підтримки
Великі міста (Київ, Львів, Харків, Дніпро, Одеса)	Перенасичення ринку, конкуренція з e-commerce	Підвищення якості сервісу, розвиток омніканальних моделей	Smart-retail технології, Big Data, маркетплейси
Промислові області (Дніпропетровська, Запорізька, Полтавська)	Зниження купівельної спроможності	Диверсифікація асортименту, локальні бренди	Гранти МСП, програми локальної зайнятості
Аграрні регіони (Вінницька, Хмельницька, Черкаська, Кіровоградська)	Недостатня інфраструктура збуту	Розвиток коротких ланцюгів постачання	Кластери “виробник–споживач”, фермерські маркетплейси
Туристичні регіони (Закарпатська, Івано-Франківська, Одеська)	Сезонність попиту	Розвиток крафтової, гастрономічної торгівлі	Локальні бренди, інтеграція з туризмом
Прикордонні регіони	Транскордонна конкуренція	Залучення споживачів з-за кордону	Duty-free зони, цифрові пункти продажу

Джерело: авторська розробка.

Це відповідає Цілям сталого розвитку ООН (№8 та №9) і стратегічним орієнтирам Плану відновлення України щодо підтримки МСП та цифрової економіки [69].

Очікувані результати реалізації регіональних стратегій стимулювання роздрібної торгівлі подано в таблиці 3.2.

Таким чином, розробка регіональних стратегій стимулювання роздрібної торгівлі має стати частиною інтегрованої політики регіонального розвитку, що поєднує економічну, цифрову, соціальну та інвестиційну складові. Її успішність визначатиметься не лише обсягами фінансування, а й рівнем координації дій між владою, бізнесом і громадськістю.

Ключовими факторами результативності є:  
забезпечення цифрової інфраструктури;  
підвищення доступу МСП до фінансування;

Таблиця 3.2.

Очікувані результати реалізації регіональних стратегій стимулювання  
роздрібної торгівлі

Напрямок розвитку	Показник оцінювання	Поточне значення (2024 р.)	Цільове значення (2030 р.)	Очікуваний ефект
Цифровізація	Частка онлайн-торгівлі у роздрібному товарообороті	14%	28%	Підвищення продуктивності та охоплення ринку
Підтримка МСП	Кількість активних МСП у торгівлі	105 тис.	125 тис.	Розширення зайнятості, диверсифікація бізнесу
Інвестиції	Обсяг прямих інвестицій у сектор, млн дол.	1 200	2 000	Модернізація інфраструктури, інноваційність
Інфраструктура	Кількість нових торговельних об'єктів	500	1 500	Зростання доступності послуг
Кадровий потенціал	Частка працівників з цифровими компетенціями	30%	60%	Підвищення ефективності та сервісу

Джерело: авторська розробка.

інституційна стабільність і прогнозованість регуляторного середовища;  
розвиток компетенцій у сфері smart retail.

Реалізація запропонованих напрямів дозволить сформувати нову модель регіональної торгівлі, зорієнтовану на інновації, сталість і людський капітал – тобто на принципи, що визначають сучасну конкурентоспроможність європейських економік.

### 3.2. Пропозиції щодо вдосконалення державної політики у сфері роздрібної торгівлі

Роздрібна торгівля є ключовим сектором економіки, який формує значну частку внутрішнього валового продукту, забезпечує зайнятість населення та

впливає на розвиток малого та середнього бізнесу. Аналіз регіональної диференціації та показників розвитку роздрібної торгівлі в Україні (розділи 2.2–2.3) засвідчив наявність низки структурних диспропорцій: концентрації ринку в окремих регіонах, недостатнього розвитку торговельної інфраструктури у малих містах і сільській місцевості, низької цифровізації МСП, а також обмеженого доступу до інвестиційних ресурсів [58].

Зокрема, за період 2019-2023 рр. кількість підприємств роздрібної торгівлі в Україні скоротилася з 591,8 тис. до 503,7 тис. одиниць (темп зменшення – 15%). Найбільше падіння зафіксовано у Донецькій (– 61,9%), Луганській (– 90,7%) та Херсонській (– 75,1%) областях. Натомість позитивну динаміку відновлення після 2022 р. демонструють Київська, Львівська та Вінницька області, що свідчить про активізацію підприємницької діяльності у безпечніших регіонах [8].

Регіональний аналіз також показав нерівномірну насиченість торговельними об'єктами. Найвищі показники спостерігаються у м. Київ, Київській, Львівській та Одеській областях — внаслідок концентрації споживчого попиту, транспортної доступності та інвестиційної привабливості [37]. Водночас периферійні та прифронтові регіони характеризуються нижчою густотою торговельної мережі, що обмежує доступ населення до товарів і послуг та посилює регіональні диспропорції.

Недостатня інтеграція цифрових технологій у торговельні процеси залишається бар'єром для ефективного управління товарними потоками та логістикою.

Вдосконалення державної політики у сфері роздрібної торгівлі потребує комплексного підходу, який включає цифровізацію, підтримку МСП, інвестиційну активізацію та регуляторну оптимізацію [28].

Одним із основних напрямів стимулювання є впровадження сучасних інформаційних технологій. Це дозволяє:

- підвищити ефективність управління запасами та логістики;
- розширити охоплення споживачів через онлайн-канали та маркетплейси;

підвищити прозорість даних про обсяги товарообороту та динаміку продажів у режимі реального часу [72].

Ефективна цифровізація потребує співпраці держави, бізнесу та освітніх інституцій для підготовки кадрів із цифровими компетентностями.

Державна підтримка може здійснюватися через програми субсидування впровадження цифрових платформ, навчальні курси для підприємців, гранти на створення інтернет-магазинів та інтеграцію омніканальних стратегій [57].

МСП є основою економічної гнучкості та адаптації регіональних ринків до змінних умов. Держава може стимулювати їх розвиток шляхом:

спрощення процедур реєстрації та ліцензування;

надання грантів, пільгових кредитів та податкових стимулів;

створення навчальних програм з цифрового маркетингу, управління запасами та фінансового менеджменту;

розвиток регіональних бізнес-кластерів і наставницьких програм, які дозволяють підвищити конкурентоспроможність малих торговельних підприємств [70].

Особливої уваги потребують малі торговельні підприємства, які забезпечують до 70% зайнятості у секторі. Вони мають потенціал швидкої адаптації до ринкових викликів, але стикаються з бар'єрами у фінансуванні та цифровій трансформації. Розширення державних грантових програм та цифрових ваучерів дозволить компенсувати ці обмеження.

Розвиток торговельної інфраструктури є критичним фактором збільшення доступності товарів та послуг. Державні заходи можуть включати:

стимулювання інвестицій у торговельні площі, логістичні хаби та ринки;

створення спеціальних економічних зон із пільговими умовами для розвитку роздрібною торгівлі;

модернізацію існуючих торговельних об'єктів та підтримку енергоефективних технологій;

розвиток транспортної та логістичної інфраструктури для забезпечення рівного доступу до ринку в усіх регіонах [55].

Синергія державної політики та приватного капіталу у сфері логістики сприятиме зниженню трансакційних витрат і підвищенню регіональної збалансованості.

Для забезпечення конкурентних умов державна політика повинна:

- гармонізувати податкові ставки для великих мереж та МСП;
- спрощувати процедури контролю та звітності для малих підприємств, зберігаючи стандарти якості та безпеки;
- впроваджувати податкові кредити та стимули для модернізації та цифровізації торговельних підприємств;
- забезпечувати прозорі та зрозумілі правила ведення бізнесу у сфері роздрібною торгівлі [49].

Важливою складовою нової політики має стати розробка “Регіональної дорожньої карти розвитку роздрібною торгівлі”, що дозволить адаптувати державні інструменти до особливостей кожної області. Це включатиме підтримку локальних ринків, залучення громад до планування торговельної інфраструктури та розвиток транскордонних торговельних ініціатив у прикордонних регіонах [68].

Реалізація таких підходів забезпечить збалансованість між економічною ефективністю та соціальною справедливістю у сфері торгівлі.

Політика стимулювання повинна враховувати специфіку різних типів регіонів: великі міста, промислові, аграрні, туристичні та прикордонні. Це дозволить:

- ефективніше використовувати державні ресурси;
- зменшити регіональні диспропорції у розвитку роздрібного сектору;
- стимулювати локальні ініціативи та розвиток МСП у віддалених та малозабезпечених регіонах.

Впровадження зазначених заходів дозволить забезпечити сталий розвиток ринку, підвищити його конкурентоспроможність та рівень обслуговування населення, а також сприятиме економічній стабільності та зростанню зайнятості.

Для систематизації основних напрямів вдосконалення державної політики у сфері роздрібно́ї торгівлі підготовлено таблицю 3.3.

Таблиця 3.3.

## Напрями вдосконалення державної політики у сфері роздрібно́ї торгівлі

Напря́м	Основні заходи	Очікуваний ефект	Термін реаліза́ції	Відповідальний орган реаліза́ції
Цифровіза́ція	Впровадження електронних платформ, онлайн-торгівлі, навчання персоналу	Підвищення охоплення ринку, оптиміза́ція логістики	2025-2030 рр.	Міністерство цифрової трансформа́ції України (Мінцифра), Міністерство економіки України (Мінекономіки)
Підтримка МСП	Гранти, пільгові кредити, податкові стимули, навчальні програми	Розширення МСП, підвищення зайнятості, диверсифіка́ція ринку	2025-2030 рр.	Мінекономіки, Фонд розвитку підприємництва, Торгово-промисло́ва палата України
Інвести́ції та інфраструкту́ра	Модерніза́ція ринків і торговельних центрів, створення інвести́ційних зон	Підвищення доступності товарів, розвиток логістики, модерніза́ція об'єктів	2025-2035 рр.	Міністерство інфраструкту́ри України, місцеві органи влади, Державна служба з питань геодезі́ї, картографі́ї та кадастру
Регулято́рна полі́тика	Гармоніза́ція податків, спрощення процедур, податкові кредити	Стимулювання іннова́цій, спрощення ведення бізнесу, підвищення прозорості	2025-2030 рр.	Міністерство фінансів України, Державна податкова служба України, Мінекономіки
Регіона́льна дифере́нціа́ція	Програми підтримки різних типів регіонів, стимулювання локальних ініціатив	Зменшення диспропорцій, розвиток регіона́льної торгівлі	2025-2035 рр.	Міністерство розвитку громад, територій та інфраструкту́ри, обласні державні адміністра́ції

Джерело: авторська розробка.

Вона демонструє ключові заходи, які держава може застосувати у різних напрямках: цифровіза́ція, підтримка МСП, інвести́ції, регулято́рна полі́тика та

регіональна диференціація. Таблиця допомагає наочно побачити, які конкретні заходи пропонуються та які ефекти від них очікуються.

Застосування представлених заходів передбачає комплексний ефект: підвищення продуктивності сектору, розвиток цифрових каналів збуту, розширення МСП та зменшення регіональних диспропорцій. Для оцінки результативності цих заходів підготовлено прогнозні показники, які відображені у таблиці 3.4.

Таблиця 3.4.

## Очікувані результати вдосконаленої державної політики

Показник	Поточне значення (2024 р.)	Цільове значення (2030 р.)	Очікуваний ефект
Частка цифрової торгівлі у товарообороті	14%	28%	Збільшення продуктивності та охоплення ринку
Кількість активних МСП	105 тис.	125 тис.	Розширення зайнятості, диверсифікація бізнесу
Обсяг інвестицій у сектор, млн дол.	1 200	2 000	Модернізація інфраструктури, інноваційність
Насиченість торговельною інфраструктурою	100% базового рівня	20%	Підвищення доступності послуг у регіонах
Частка працівників із цифровими компетенціями	30%	60%	Підвищення ефективності та якості обслуговування

Джерело: авторська розробка.

Згідно з прогнозами, впровадження зазначених заходів дозволить до 2030 р. суттєво покращити показники розвитку роздрібної торгівлі, підвищити рівень цифровізації сектору, розширити присутність МСП та зменшити регіональні диспропорції. Таблиці 3.3 та 3.4 слугують орієнтиром для планування конкретних державних програм і моніторингу їх реалізації.

## ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3

У третьому розділі розроблено адаптивні стратегії розвитку роздрібно́ї торгівлі для різних груп регіонів з урахуванням їхнього потенціалу, інфраструктурних можливостей та цифрового рівня. Проведено аналіз можливих моделей підтримки кризових і середньоактивних територій, а також визначено комплекс державних заходів для стимулювання інвестицій, модернізації логістики, розвитку e-commerce та підвищення цифрових компетенцій населення. На основі проведеного дослідження сформовано висновки щодо ефективності диференційованих стратегій і політик для забезпечення стійкого зростання та адаптивності торговельного сектору на регіональному рівні:

1. На основі виявлених особливостей сформовано адаптивні стратегії для різних груп регіонів: утримання лідерських позицій у провідних центрах, модернізація логістики та інфраструктури в регіонах з високою активністю, стимулювання інвестицій у регіонах середнього потенціалу та моделі відновлення для кризових територій (мобільні формати торгівлі, e-commerce, гуманітарно-торгові хаби). У стратегіях наголошено на цифровізації, підвищенні кваліфікації кадрів і розвитку місцевих кластерів. Реалізація диференційованих стратегій підвищить стійкість і адаптивність торговельного сектору в різних регіональних контекстах.

2. Розроблено комплекс державних заходів: цифровізація регуляторних процедур, створення регіональних e-commerce кластерів, модернізація логістичних коридорів, цільові інвестиційні програми для регіонів з низьким потенціалом, а також програми підтримки МСП і підвищення цифрових компетенцій населення. Наголошено на необхідності врахування просторової специфіки при розробці політики та поєднанні фінансових, інфраструктурних і нормативних інструментів. Комплексна державна політика, зорієнтована на диференційовану підтримку, створить передумови для стійкого відновлення та довгострокового зростання роздрібно́ї торгівлі.

## ВИСНОВКИ

У магістерській кваліфікаційній роботі вирішено комплексне науково-практичне завдання щодо оцінювання сучасного стану, факторів, регіональних відмінностей та перспектив розвитку роздрібної торгівлі в Україні з урахуванням просторових диспропорцій та післявоєнних викликів.

1. Аналіз теоретичних підходів до поняття “роздрібна торгівля” дозволив встановити, що ця категорія має багатогранний характер і охоплює економічні, організаційні, соціальні та просторові аспекти. У науковій літературі відсутнє єдине універсальне визначення, проте всі підходи підкреслюють, що роздрібна торгівля є завершальною ланкою руху товарів, спрямованою на задоволення потреб кінцевих споживачів. У сучасних умовах її роль значно ширша: роздрібна торгівля формує внутрішній попит, забезпечує зайнятість, впливає на розвиток виробництва та посилює економічні зв'язки між регіонами. Запропоноване в роботі визначення дозволяє інтегрувати різні теоретичні підходи й підкреслити функціональну роль роздрібної торгівлі в регіональному розвитку.

2. Систематизація факторів розвитку роздрібної торгівлі засвідчила їхню комплексність і взаємозалежність. Економічні (ВРП, доходи населення), демографічні (густота населення, вікова структура), інфраструктурні (транспорт, логістика, інтернет-покриття), соціокультурні (споживчі звички), інституційно-регуляторні (податки, дозвільні процедури) та геополітичні (безпека, близькість до лінії конфлікту) чинники однаково суттєво визначають можливості регіонального розвитку. У післявоєнний період особлива роль належить логістичним і безпековим детермінантам, що формують інвестиційний попит і спроможність ринків до відновлення. Ефективні політики мають враховувати весь спектр детермінантів та їхню регіональну варіативність.

3. Оцінювання розвитку роздрібно́ї торгівлі вимагає комбінованого методологічного підходу. Інституційно-структурний, ресурсно-функціональний, ринковий, поведінковий та інтегральний підходи мають власні переваги й обмеження; їхнє поєднання забезпечує комплексну і менш упереджену оцінку. Для практичних розрахунків доцільно використовувати поєднання макроіндикаторів (обсяги товарообороту, ВРП), ресурсних показників (площа торговельних об'єктів, чисельність персоналу), інфраструктурних параметрів (логістика, інтернет-покриття) та якісних ознак (рівень цифровізації, поведінка споживачів). Такий підхід становить методичну основу побудови інтегрального індексу GRDI-IMI.

4. Аналіз динаміки роздрібного товарообороту за 2019-2023 рр. показав, що сектор є ключовим елементом внутрішнього попиту і макроекономічної стабільності. Хоча у 2022 р. відбулося різке падіння показників, вже у 2023-2024 рр. спостерігається поступове відновлення, що супроводжується структурними змінами: зростанням ролі електронної торгівлі, поширенням омніканальних рішень та переформатуванням пропозиції в бік товарів першої необхідності. Майбутнє зростання сектору можливе за сприятливих умов інфраструктурної та нормативної підтримки, а також за розширення цифрової складової бізнесу.

5. Оцінка регіональної структури роздрібно́ї торгівлі виявила значну нерівномірність. Лідерські позиції зосереджені в м. Києві й деяких областях з високим доходом та інфраструктурою; водночас ряд регіонів має дефіцит торговельної мережі та логістики. Регіони, які постраждали від бойових дій, мають критично низькі показники і потребують спеціалізованих програм відновлення. Для усунення диспропорцій необхідні регіонально орієнтовані інструменти політики, що поєднують інвестиційні стимули, розвиток логістики та цифрові рішення.

6. Розрахунок інтегрального індексу GRDI-IMI дозволив кількісно сегментувати регіони за їхнім потенціалом розвитку роздрібно́ї торгівлі. Індекс враховує економічні, демографічні, інфраструктурні та ринкові параметри і

виявив чітку групування: регіони-лідери, регіони з високою активністю, регіони середнього потенціалу та кризові регіони. Практичне значення індексу полягає в можливості пріоритизації заходів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності окремих територій. GRDI-IMI є дієвим інструментом для планування регіональних стратегій розвитку торгівлі.

7. На основі виявлених особливостей сформовано адаптивні стратегії для різних груп регіонів: утримання лідерських позицій у провідних центрах, модернізація логістики та інфраструктури в регіонах з високою активністю, стимулювання інвестицій у регіонах середнього потенціалу та моделі відновлення для кризових територій (мобільні формати торгівлі, e-commerce, гуманітарно-торгові хаби). У стратегіях наголошено на цифровізації, підвищенні кваліфікації кадрів і розвитку місцевих кластерів. Реалізація диференційованих стратегій підвищить стійкість і адаптивність торговельного сектору в різних регіональних контекстах.

8. Розроблено комплекс державних заходів: цифровізація регуляторних процедур, створення регіональних e-commerce кластерів, модернізація логістичних коридорів, цільові інвестиційні програми для регіонів з низьким потенціалом, а також програми підтримки МСП і підвищення цифрових компетенцій населення. Наголошено на необхідності врахування просторової специфіки при розробці політики та поєднанні фінансових, інфраструктурних і нормативних інструментів. Комплексна державна політика, зорієнтована на диференційовану підтримку, створить передумови для стійкого відновлення та довгострокового зростання роздрібної торгівлі.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Апопій В. В. Організація торгівлі: підручник. 3-тє вид. К.: Центр учбової літератури, 2009. 632 с.
2. Апопій В. В. Торговельне підприємництво: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2009. 312 с.
3. Балджи М.Д., Однолько В.О. Економіка та організація торгівлі : навчальний посібник. Київ : ФОП Гуляєва В.М., 2021. 344 с.
4. Балджи М. Д., Однолько В. О. Інституційне забезпечення розвитку роздрібної торгівлі в Україні. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки*. 2021. № 4(298). С. 49-55.
5. Васильєва О. М. Онлайн-торгівля в Україні: тенденції розвитку та регуляторні аспекти. *Бізнес Інформ*. 2024. № 7. С. 112-120.
6. Голошубова Н. Визначальні фактори розвитку роздрібної торгової мережі. *Вісник КНЕУ*. 2001. № 4. С. 19-26.
7. Грабовська І. Регіональна диференціація розвитку торгівлі в Україні. *Економіка та держава*. 2025. №2. С. 45-51.
8. Грабовська О. Регіональні диспропорції розвитку роздрібної торгівлі в Україні. *Економіка та держава*. 2025. № 1. С. 45–51. DOI: 10.32702/2306-6806.2025.1.45
9. Гринів Л. Регіональні детермінанти розвитку роздрібної торгівлі в Україні. *Регіональна економіка*. 2023. №3. С. 37-46.
10. Гриньова В. М., Лісовська Л. С. Трансформаційні процеси у сфері роздрібної торгівлі України в умовах воєнної економіки. *Економічний вісник Національного технічного університету України «КПІ»*. 2023. № 2(28). С. 25-33.
11. Гуменна О.В. Економічні передумови розвитку внутрішньої торгівлі України. *Бізнес Інформ*. 2023. №9. С. 47-53. DOI: 10.32983/2222-4459-2023-9-47-53

12. Гуменна О.В. Регіональні особливості розвитку роздрібної торгівлі в Україні. *Економіка і суспільство*. 2023. №54. С. 78-86. DOI: 10.32782/2524-0072/2023-54-11.
13. Державна служба статистики України. Індекси фізичного обсягу роздрібного товарообороту. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua>.
14. Державна служба статистики України. Обсяг реалізації продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності в розрізі регіонів. URL: <https://ukrstat.gov.ua>
15. Державна служба статистики України. Роздрібний товарооборот підприємств роздрібної торгівлі. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua>
16. Дьяків О. Підтримка малого бізнесу в умовах цифрової економіки. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2023. №6. С. 21-28.
17. Євдокименко В. Смарт-спеціалізація регіонів України: можливості для розвитку торгівлі. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету*. 2023. №4. С. 29-35.
18. Завадський Й.С., Осовська Т.В., Юшкевич О.О. Економічний словник. К.: Кондор, 2006. 356 с.
19. Зелений В. Р. Перспективи розвитку логістики роздрібної торгівлі на регіональному рівні. Економічні дні – 2025: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих вчених та студентів (Київ, 10 квітня 2025 р.), Київ: НУБіП України, С. 499-501.
20. Зоріна О. І., Шубравська О. В., Гудзинський О. В. Роздрібна торгівля в Україні: стан, проблеми, напрями розвитку. Київ: ННЦ «Інститут аграрної економіки», 2013. 104 с.
21. Зоріна О.І., Наумова О.Е., Сиволовська О.В., Боровська О.Г. Маркетингова політика розподілу : навч. посібник. Харків : УкрДАЗТ, 2013. 266 с.
22. Кириченко А. В., Зелений В. Р. Стійкий розвиток регіональної роздрібної торгівлі: стратегічні підходи та виклики. Економіка підприємства:

сучасні проблеми теорії та практики: матеріали XIV міжнародної науково-практичної конференції. (12 вересня 2025 р.). Одеса: ОНЕУ, 2025. С. 525-526.

23. Кузьменко О. В. Розвиток малого підприємництва в Україні під впливом воєнних викликів. *Економіка та держава*. 2024. № 5. С. 56-62.

24. Мазаракі А. А. Розвиток і структурна переорієнтація сфери товарного обігу як фактор економічного зростання: Дис... д-ра екон. наук: 08.02.01. К., 1995. 365 с.

25. Мазаракі А. А., Мельник Т. М. Сучасні тенденції розвитку торгівлі України: виклики воєнного часу. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2023. № 3. С. 5-18.

26. Нікішина О. В., Щербак А. В. Роздрібна торгівля в Україні: стан, тенденції та інституційні заходи селективного регулювання. *Економіка харчової промисловості*. 2023. Т. 15, Вип. 1. С. 3-12.  
URL: <http://jnas.nbu.gov.ua/article/UJRN-0001443442>

27. Павлов К.В. Соціально-економічна диференціація регіонів України. *Регіональна економіка*. 2023. №2. С. 89-101. DOI: 10.36818/1562-0905-2023-2-8.

28. Радченко І. Практики цифровізації торговельної діяльності в Україні та світі. *Економіка: інновації, розвиток*. 2025. № 2(97). DOI: 10.26906/EiR.2025.2(97).3795.

29. Солтис-Шолудько Н. Ринок роздрібної торгівлі України: основні тенденції розвитку. *Modern Engineering and Innovative Technologies*. 2023. 4(25-04). С. 74-78. <https://doi.org/10.30890/2567-5273.2023-25-04-071>

30. Тараненко О. О. Тенденції та чинники розвитку роздрібної торгівлі України. *Економічний простір*. 2012. № 64. С. 126-131.

31. Тараненко О. О. *Управління розвитком роздрібної торгівлі в регіоні: теоретико-методологічні та прикладні аспекти*. Полтава: РВВ ПУЕТ. 2012. 320 с.

32. Ткаченко В. Регіональні особливості формування споживчого попиту в Україні. *Економіка України*. 2023. №7-8. С. 77-91.

33. Шуміло О. Підходи до оцінювання рівня економічної безпеки підприємства роздрібною торгівлі. *Економічний простір*. 2018. (131), 194-204. <https://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/217>
34. Юр'єва П.Б. Теоретико-методологічні аспекти територіальної організації торгівлі. 2008. С. 256-262. <https://nasplib.isofts.kiev.ua/server/api/core/bitstreams/0341dc65-abfa-4f38-bd40-493f63ed6c06/content>
35. Ющенко Н. Огляд і аспекти класифікації економіко-математичних моделей задач торговельної діяльності. *Mechanism of an Economic Regulation*. 2017. (2 (76). С. 40-54.
36. Hryniv L. Regional retail clusters as growth drivers of local economies. *Journal of Regional Economics and Development*. 2023. Vol. 11, № 2. p. 67-74.
37. Hryniv R. Retail trade development in Ukraine's regions: structural and investment aspects. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2023. Vol. 9, № 5. p. 93-102. DOI: 10.30525/2256-0742/2023-9-5-93.
38. Huk, K., & Zeynalov, A. Regional disparities and economic growth in Ukraine. *arXiv*. (2022, November 28). doi:10.48550/arXiv.2211.05666
39. Ilchuk, M., Kyrychenko, A., & Vodnitskyi, M. Development of e-commerce in Ukraine in the war and post-war conditions. *Science and Innovation/* 2023. 19(3), 3-14. doi: 10.15407/scine19.03.003.
40. Ilchuk, M., Kyrychenko, A., Tomashevskaya, O., Zanizdra, A., & Zanizdra, A. Development of wholesale food trade in Ukraine's domestic market under martial law. *Science and Innovation*, 21(3). 2025/ 67-85. <https://doi.org/10.15407/scine19.03.003>.
41. Koval V., Stashchuk O., Liubokhynets L. Retail trade performance in transitional economies: macroeconomic determinants and post-crisis recovery. *Economic Annals-XXI*. 2023. Vol. 194(5-6). p. 23-28.
42. Kovalchuk, S. Analysis of the state and transformations of retail: Global trends and the Ukrainian segment. *Innovation and Sustainability*. 2024. 4(1), 120-132. doi: [10.31649/ins.2024.1.120.132](https://doi.org/10.31649/ins.2024.1.120.132)

43. Kozachenko G., Hryhorenko Y. Digital transformation of retail business: regional perspective. *Economic Annals-XXI*. 2023. Vol. 212, No. 5–6. P. 48–55. DOI: 10.21003/ea.V212-07
44. Kozlova N. Smart retail and sustainable regional development. *Journal of European Economy*. 2024. Vol. 23, No. 1. P. 89-97.
45. Kramarenko I., & Kurylo O. Economic and demographic determinants of retail growth in Ukraine. *Ukrainian Journal of Applied Economics and Technology*. 2023. Vol. 8(4). P. 34-42. DOI: 10.32782/2413-9971/2023-8-4-4
46. Kraus N., & Kraus K. Retail market development strategies in post-war Ukraine. *Economic Discourse*. 2024. Vol. 14(3). p. 44-59. DOI: 10.32782/ed.14-3.6.
47. Kraus N., Kraus K., & Kurylo O. Household purchasing power as a driver of retail transformation in Ukraine. *Journal of European Economy*. 2022. Vol. 21(2). p. 210-226.
48. Kulik O. Smart-retail transformation of local markets. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2024. Vol. 10, No. 2. P. 75–82. DOI: 10.30525/2256-0742/2024-10-2-75
49. Kwilinski A., Riabchenko O. Public policy in retail trade development: European benchmarks and Ukrainian practices. *Problems and Perspectives in Management*. 2024. Vol. 22, No. 3. P. 56–69. DOI: 10.21511/ppm.22(3).2024.05
50. Kyrychenko A. Assessment of the attractiveness of regional retail markets in Ukraine using the combined GRDI-IMI methodology. *University Economic Bulletin*. 2025. 20(2).
51. Martseniuk R. E-commerce clusters as a factor of regional growth. *Economics and Region*. 2024. Vol. 19, No. 1. P. 102-109.
52. Medvedieva K., & Kraus N. Regional competitiveness and retail trade efficiency in Ukraine. *Economic Herald of the University*. 2023. №51. p. 102-111. DOI: 10.31470/2306-546X-2023-51-102-111.
53. Medvedieva K., & Shkarlet S. Methodological approaches to assessing regional competitiveness of trade . *Scientific Bulletin of Polissia*. 2023. Vol. 2(26). p. 58-68. DOI: 10.25140/2410-9576-2023-2(26)-8.

54. Medvedieva K. Global drivers of retail trade. *Foreign-trade: economics, finance, law*. 2024. Вип. 136. DOI: 10.31617/3.2024(136)04.
55. Motsak M., Korzh M. Functioning of international retail networks in Ukraine. *The Actual Problems of Regional Economy Development*. 2023. 1(19), 78-86. <https://doi.org/10.15330/apred.1.19.78-86>
56. Nikishyna, O., & Shcherbak, A. Retail trade in Ukraine: status, trends and institutional ways to improve selective regulation. *Food Industry Economics*. 2023. 15(1), 3-12. Retrieved from <http://jnas.nbuu.gov.ua/article/UJRN-0001443442>
57. Ohinok S., Hunka V. The impact of digitalisation on the efficiency and competitiveness of an organisation in the modern business environment // *Економіка розвитку систем*. 2023. Vol. 5, Iss. 2. DOI: 10.32782/2707-8019/2023-2-7.
58. Pepchuk, S., & Palonna, T. Overview of network retail in Ukraine and prospective directions of its development. *Economic Bulletin of Cherkasy State Technological University*. 2023. 24(4), 47-55. doi: [10.62660/ebestu/4.2023.47](https://doi.org/10.62660/ebestu/4.2023.47)
59. Prokopenko O., & Sydor H. Migration and retail contraction in border regions of Ukraine. *Socio-Economic Research Bulletin*. 2024. Vol. 5(76). p. 99-107. DOI: 10.33987/vsed.2024.5.99
60. Sak, T. & Hrytsiuk, N. Retail market in Ukraine: trends and perspectives of development in a crisis. *Economic journal of Lesya Ukrainka Volyn National University*. 2020. 2, 22 (Jun. 2020), 33-42. doi: [10.29038/2411-4014-2020-02-33-42](https://doi.org/10.29038/2411-4014-2020-02-33-42).
61. Shkarlet S., Dubyna M., & Tarasenko A. Regional differentiation of trade development in Ukraine. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2022. Vol. 8(2). p. 155-165. DOI: 10.30525/2256-0742/2022-8-2-155
62. Shulha I. Investment attractiveness of regional retail: institutional aspects. *Investment Management and Financial Innovations*. 2024. Vol. 21, No. 3. p. 135-142.
63. Sirenko, N. M., Mikuliak, K. A., & Oreshko, A. F. Development of retail in Ukraine. *Modern Economics*. 2025. 50, 167-174. doi: 10.31521/modecon.V50(2025)-22

64. Stanca, L., Dabija, D.-C., & Cămpian, V. Adaptation and resilience in retail: Exploring consumer clusters in the new normal. *Journal of Retailing and Consumer Services*. 2024. 82 Article 104112. doi: 10.1016/j.jretconser.2024.104112
65. Sydor H., Prokopenko O., & Lutsenko M. Territorial disparities of consumer market development in Ukraine. *Economic Annals-XXI*. 2023. Vol. 211(3-4). p. 45–53. DOI: 10.21003/ea.V211-07.
66. Tkachenko N., Drozdova Y. Adaptive mechanisms of the Ukrainian retail trade sector under wartime economy. *Journal of Eastern European and Central Asian Research*. 2023. Vol. 10(4). p. 35-44
67. Tkachenko V. Digital competitiveness of retail business in Ukraine. *Business Inform*. 2023. No. 12. p. 83-90.
68. Tkachenko V. Regional policy of retail trade development in Ukraine. *Scientific Notes of Lviv University of Trade and Economics*. 2024. Vol. 69. p. 121-128.
69. UNDP Ukraine. Sustainable Development Goals Progress Report 2024. Kyiv: UNDP, 2024.
70. Usova I. Support for small and medium-sized enterprises in post-war Ukraine. *Business Inform*. 2024. № 4. p. 112–120. DOI: 10.32983/2222-4459-2024-4-112-120.
71. Usova T. Digitalization of retail trade: challenges and regional strategies. *Economics and Management*. 2024. Vol. 31, № 1. p. 91-99. DOI: 10.32782/eam.2024.1.10
72. Vorobiova V. The role of digital technologies in modern trade. *Economics and Management: Problems of Theory and Practice*. 2023. № 2. C. 44-51.
73. Yatsenko O., & Shtangret A. Infrastructure and digital transformation of regional retail. *Innovative Economy*. 2024. №1(108). C. 56-65. DOI: 10.37332/2309-1533.2024.1.8.

74. Yatsenko O., Shtangret A., & Koval V. Retail infrastructure and digital logistics: regional aspects. *Journal of International Studies*. 2024. Vol. 17(1). P. 88-100. DOI: 10.14254/2071-8330.2024/17-1/6.

75. Yemelyanova L. Green retail and sustainable urban development. *Regional Development Studies*. 2024. Vol. 22, № 3. p. 55-63.

76. Zos-Kior M., Shkarlet S., Shcherbachenko V. Retail sector resilience under economic shocks: lessons from Ukraine. *Problems and Perspectives in Management*. 2023. Vol. 21(3). p. 38-50.