

Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019). Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292. Ефективна економіка. 2024. № 10.

DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.10.22>

УДК 658.6

I. М. Парасій-Вергуненко,

д. е. н., професор, професор кафедри фінансового аналізу та аудиту,

Державний торговельно-економічний університет

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6506-6965>

Я. В. Юрчишин,

аспірант кафедри фінансового аналізу та аудиту,

Державний торговельно-економічний університет

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-4790-1618>

АНАЛІЗ СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ ТРАНСПОРТНИМИ ЗАСОБАМИ

I. Parasii-Verhunenko,

Doctor of Economic Sciences, Professor, Professor of the Department of Financial

Analysis and Audit, State University of Trade and Economics

Y. Yurchyshyn,

Postgraduate Student of the Department of Financial Analysis and Audit,

State University of Trade and Economics

ANALYSIS OF THE STATE AND PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF VEHICLE TRADE ENTERPRISES

Стаття присвячена аналізу стану та тенденцій розвитку вітчизняних підприємств торгівлі транспортними засобами, частка яких в загальному товарообороті оптової та роздрібної торгівлі є значною. Проведено структурно-динамічний аналіз обсягу реалізації транспортних засобів за останні роки в розрізі розмірів підприємств та окремих товарних груп, зроблено висновки щодо впливу зовнішнього середовища на діяльність підприємств цього ринкового сегменту. Виявлено певні закономірності та тенденції розвитку торговельних підприємств в сучасних умовах. Проаналізовано рейтингові позиції вітчизняних торговельних підприємств на європейському авторинку. Доведено важливість розвитку транспортної логістики для відновлення економіки України та обґрунтовано необхідність розроблення адаптивних стратегій функціонування торговельних підприємств в умовах військового стану, спрямованих на розвиток середнього та малого бізнесу, як вагомому чиннику розвитку економіки країни.

The article is devoted to the analysis of the status and development trends of domestic enterprises engaged in trade in vehicles, the share of which in the total turnover of wholesale and retail trade is significant. The structural and dynamic analysis of the volume of sales of vehicles in recent years in terms of the size of enterprises and individual product groups is carried out, conclusions are drawn about the impact of the external environment on the activities of enterprises in this market segment. Certain regularities and trends in the development of trade enterprises in modern conditions have been identified. The negative trends in the development of the trade business, which are caused by the consequences of the military aggression of the Russian Federation, are illustrated, in particular, at enterprises that trade in vehicles. It is proved that medium-sized enterprises were most vulnerable to the negative effects of the war, the volume of turnover of which decreased by almost a third. The greatest stress resistance to the negative impact of environmental factors was demonstrated by small enterprises, whose share in the total turnover of wholesale and retail trade in vehicles increased by seven percentage points. The analysis of the structure of sales of trade enterprises and

the breakdown of product groups indicates a decrease in consumer demand for cars and trucks, with the exception of the increase in retail trade in parts and accessories for motor vehicles during the period of martial law, which is an indirect factor in reducing consumer purchasing power. The author analyzes the ranking positions of domestic trade enterprises in the European automotive market. Despite the difficult economic and political conditions that have developed as a result of the war, it should be noted that Ukraine's rating in terms of the number of cars sold in the European car market in 2023 has improved significantly, which has allowed it to change its competitive position by three points. The author proves the importance of transport logistics development for the recovery of Ukraine's economy and substantiates the need to develop adaptive strategies for the functioning of trade enterprises under martial law aimed at developing small and medium-sized businesses as a significant factor in the development of the country's economy.

Ключові слова: *аналіз, підприємства торгівлі, товарооборот, авторинок, транспортні засоби, конкурентне середовище, роздрібна торгівля, оптова торгівля.*

Keywords: *analysis, trade enterprises, trade turnover, car market, vehicles, competitive environment, retail trade, wholesale trade.*

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Реалії воєнного стану висувують перед торгівельними підприємствами нові вимоги щодо розвитку адаптивних стратегій функціонування в умовах нестабільності та невизначеності зовнішнього середовища, які характеризуються негативним впливом військових, політичних, економічних, демографічних й інших чинників, спричинених наслідками війни. Проблеми, які постають перед торговельними підприємствами, як і перед іншими суб'єктами господарювання, посилюються з ускладненням ситуації на ринку праці, що викликано переміщенням населення, зниженням платоспроможного попиту населення, втратою робочих місць, значним руйнуванням інфраструктури.

Незважаючи на значний інтерес науковців до питань розвитку торгівельної галузі, проблематика формування стратегій функціонування торговельного підприємства в умовах воєнного стану залишається малодослідженою і потребує подальших наукових пошуків.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню питань розвитку торговельних підприємств в ринковому середовищі присвячено праці таких відомих науковців, як К. Багацька, І. Бланк, Є. Воронкова, З. Герасимчук, О. Дячун А. Мазаракі, Н. Голошуба, Т. Загорна, Л. Ковальська, О. Кулижський, П. Куцик, В. Літвінова, О. Лазебна, Л. Медвідь, П. Орлова, І. Отенко, В. Павлова, М. Портер, Н. Проскурніна, А. Терещенко, О. Савенко, Д. Харинович, С. Холод, Т. Чечетова-Терашвілі, І. Шаповалова. В. Шечук, Д. Штефанич та ін.

Теоретичні засади в частині уточнення економічної сутності поняття «роздрібна торгівля» та її особливості розглянуто в статті Проскурніної Н. Автор дослідила основні інституціональні теорії змін, що впливають на роздрібну торгівлю [5]. Напрями вирішення проблем управління ефективністю діяльності торговельних підприємств в конкурентному середовищі запропоновано в монографії Куцика П., Медвідь Л., Шевчук В. та Харинович-Яворської Д. [3], в якій досліджено організаційно-економічний механізм управління ефективністю діяльності підприємств роздрібною торгівлі та особлива увага приділена удосконаленню контрольно-аналітичного забезпечення системи управління торговельними підприємствами. В статті Райтера Н. та Мацьків Г. [6] розглянуто сучасні тенденції розвитку торговельного підприємництва та проаналізовано негативні чинники, що впливають на торговельний бізнес в умовах нестабільності та невизначеності. Дослідження проблем аналітичної оцінки фінансового потенціалу підприємств торгівлі та удосконалення системи управління їх доходами висвітлено в працях Терещенко А. та Багацької К. [7], Багацької Н. та Лозовського О. [2]. Доцільність побудови системи продажів торговельних підприємств з урахуванням швидкої адаптації до зміни чинників непередбачуваного зовнішнього середовища досліджено в статті Холода С. та Павлової В. [8]. Вчені запропонували авторське трактування

дефініції «система продажів» як сукупності бізнес-процесів та визначили нові вектори розвитку за різних економічних ситуацій на основі дослідження розвитку вітчизняної торговельної галузі за 2016–2021 рр. Вони розробили бізнес-модель адаптаційної системи продажів торговельних підприємств.

Зміна сучасних умов господарювання в умовах воєнного стану, яким притаманна невизначеність, мінливість та ризиковість, вимагає від торговельних підприємств особливих підходів до формування стратегій функціонування, максимально адаптованих до впливу негативних зовнішніх факторів. При побудові таких стратегій важливо врахувати тенденції та загальні закономірності, що склалися в конкурентному середовищі торговельного бізнесу.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є дослідження сучасного стану та тенденцій розвитку підприємств оптової та роздрібної торгівлі транспортними засобами в умовах нестабільності конкурентного середовища.

Виклад основного матеріалу. Ефективна діяльність торговельних підприємств в складних сучасних умовах воєнного стану, яким характерні мінливість та нестабільність, суттєво залежать від правильного вибору стратегії та можливостей компанії адаптуватися до потреб ринку та зовнішнього середовища. На рівні мезосередовища ключовим питанням дослідження впливу зовнішніх факторів на діяльність суб'єктів господарювання є аналіз конкурентного середовища, в якому діють як позитивні так і негативні чинники, що змушують торговельні підприємства вчасно реагувати їх дію. Попри зростання ризиковості підприємницької діяльності, торгівля була і залишається одним з найбільш привабливих видів економічної діяльності як з позиції попиту, так і з позиції прибутковості бізнесу. Останнім часом з посиленням ролі транспортної логістики в економіці країни в період війни попит на транспортні засоби, зокрема вантажні та легкові автомобілі, почав зростати, що позитивно вплинуло на обсяг їх продажу торговельними підприємствами.

Дослідження показали, що в структурі оптової та роздрібної торгівлі частка доходів підприємств, що торгують транспортними засобами в 2021 р.

займала 6,92%, а в 2022 р. вона знизилась до 5,98%, тобто майже на 1 процентний пункт. Хоча негативна динаміка структурних зрушень в торговельній галузі є несуттєва і пояснюється економічною та політичною ситуацією, проте вона свідчить про надання пріоритетів у споживачів іншим товарним групам першої необхідності.

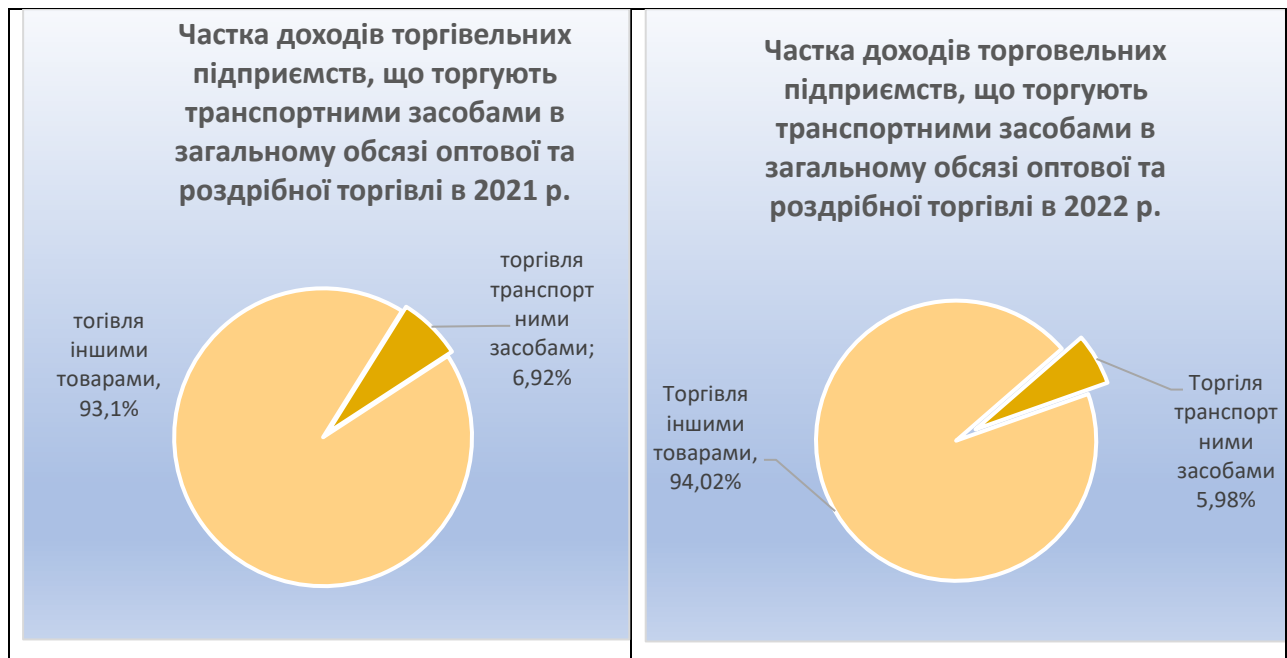


Рис.1. Частка доходів підприємств, що торгують транспортними засобами в загальному обсязі оптової та роздрібної торгівлі

Джерело: побудовано авторами за даними [4]

Основними особливостями функціонування торговельної галузі є те, що в структурі загального товарообороту, частка великих підприємств є незначною і має чітку тенденцію до зменшення. Попри доволі значну частку малих торговельних підприємств, включаючи мікро-підприємства, ключовими фігурантами цього виду торговельного бізнесу залишаються середні підприємства, частка яких перевищує 50% всього товарообороту.

Динаміка структура оптової та роздрібної торгівлі транспортними засобами залежно від розмірів підприємств за 2021-2022 рр. наведена в табл.1 та рис. 2.

Таблиця 1. Динаміка оптової та роздрібної торгівлі транспортними засобами підприємствами України за 2021-2022 рр.

Розмір підприємства	2021 р.		2022 р.		Абсолютний приріст, тис. грн.	Темп росту, %	Темп приросту, %
	Тис. грн	Частка, підприємств, %	тис. грн	Частка, підприємств, %			
Великі підприємства	58486464	17,2	40870323	16,4	-17616141	69,9	-30,1
Середні підприємства	200953762	59,2	130358739	52,4	-70595023	64,9	-35,1
Малі підприємства	79973790	23,6	77733558	31,2	-2240232	97,2	-2,8
У тому числі мікропідприємства	22309699	6,6	21023349	8,4	-1286350	94,2	-5,8
Усього по Україні	339414016	100,0	248962620	100,0	-90451396	73,4	-26,6

Джерело: сформовано авторами на основі [4]

В цілому по Україні доходи торговельних підприємств цього ринкового сегменту зменшились в 2022 р. порівняно з 2021 р. на 90451396 тис. грн., або на 26,6%. При цьому найбільший негативний вплив війни зазнали середні підприємства, обсяг доходів яких скоротився на 70595023 тис. грн., або на 35,1%.



Рис. 2. Динаміка оптової та роздрібної торгівлі транспортними засобами підприємствами України за 2021-2022 рр.

Джерело: побудовано авторами за даними[4].

Аналізуючи структуру підприємств за розмірами їх діяльності (рис. 3), слід зазначити, що на автомобільному ринку головними гравцями є середні підприємства, частка яких в 2021 р. складала майже 2/3 ринку, або 59,2%. Проте в 2022 р. їх частка дещо скоротилась і складала 52,4%. При цьому, незважаючи на негативні наслідки зменшення обсягів продажу, частка в даному ринковому сегменті малих підприємств зросла з 23,6% в 2021 р. до 31,6% в 2022 р. Така тенденція свідчить про те, що малий бізнес більш швидко адаптується до негативного впливу зовнішніх факторів.



Рис. 3. Структура доходів вітчизняних підприємств, що торгують транспортними засобами, залежно від розмірів їх діяльності

Джерело: побудовано авторами на основі [4]

Аналіз продажів торговельних підприємств даного ринкового сегменту протягом 2021-2022 рр., в розрізі продажів окремих видів транспортних засобів наведено в табл. 2 та рис.4.

Як свідчать наведені дані, в цілому по Україні за досліджуваний період обсяги продажів в оптовій та роздрібній торгівлі автотранспортними засобами скоротився на 90451396 тис. грн, або на 26,6%. При цьому падіння

обсягів продажу продажів вантажних та легкових автомобілів склало 80032971 тис. грн., або 36,0% .

Таблиця 2. Динаміка оптової та роздрібної торгівлі транспортними засобами за видами підприємствами України за 2021-2022 рр.

Види транспортних засобів, що реалізуються вітчизняними підприємствами	2021 р.		2022 р.		Абсолютний приріст (зменшення), тис. грн	Темп росту, %	Темп приросту, %
	тис. грн.	Частка видів транспортних засобів %	тис. грн.	Частка, видів транспортних засобів %			
1.Оптова та роздрібна торгівля автотранспортними засобами та мотоциклами, їх ремонт	339414016	100	248962620	100	-90451396	73,4	-26,6
2.Торгівля автотранспортними засобами, в т.ч.	232597352	68,5	150272987	60,4	-82324365	64,6	-35,4
2.1.Торгівля автомобілями та легковими автотранспортними засобами	222212216	65,5	142179245	57,1	-80032971	64,0	-36,0
2.2.Торгівля іншими автотранспортними засобами	10385135	3,1	8093742	3,3	-2291393	77,9	-22,1
3.Торгівля деталями та приладдям для автотранспортних засобів, в т.ч.	89524161	26,4	84289571	33,9	-5234590	94,2	-5,8
3.1.Оптова торгівля деталями та приладдям для автотранспортних засобів	81887364	24,1	77535679	31,1	-4351685	94,7	-5,3
3.2.Роздрібна торгівля деталями та приладдям для автотранспортних засобів	4636797	1,4	6753892	2,7	2117095	145,7	45,7
4.Торгівля мотоциклами, деталями та приладдям до них, технічне обслуговування і ремонт мотоциклів	920400	0,3	633118	0,3	-287282	68,8	-31,2

Джерело; сформовано авторами на основі[4]

Тенденція скорочення продажу інших транспортних засобів була менш вагома і склала 22,1%. Проте враховуючи їх незначну частку, даний фактор не відіграв суттєву роль в загальній динаміці. Торгівля деталями та

приладами для автотранспортних засобів мала менш негативну тенденцію, зокрема загальний обсяг доходів за даною товарною групою скоротився в 2022 р. порівняно з 2021 р. лише на 5,8%, або на 5234590 тис. грн.

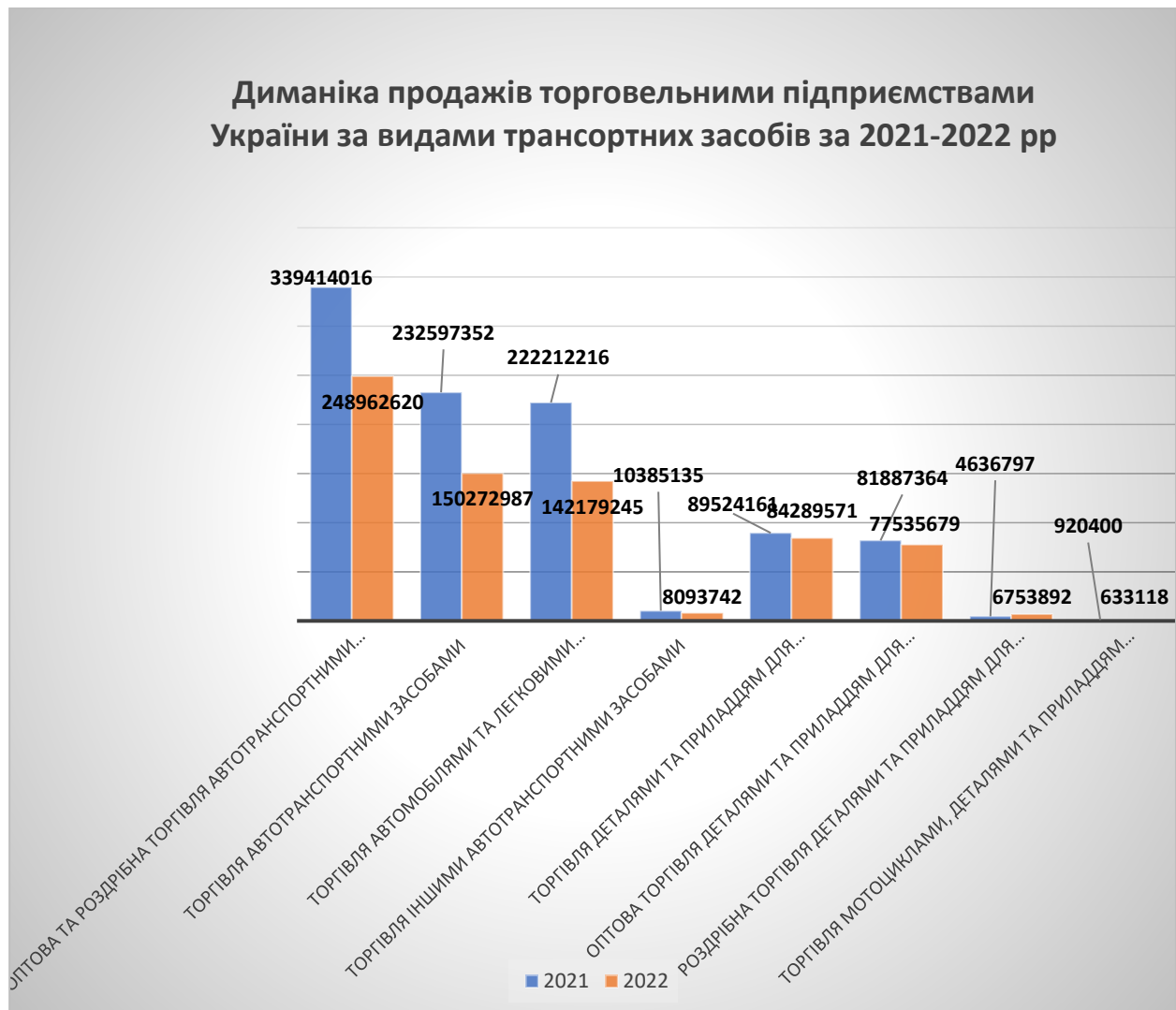


Рис. 4. Динаміка доходів торговельних підприємства України за видами транспортних засобів за 2021-2022 рр.

Джерело: побудовано авторами на основі [4]

Протилежну позитивну тенденцію мала динаміка продажів в роздрібній торгівлі деталями та приладдям для автотранспортних засобів, обсяг якої збільшився на 2117095 тис. грн., або на 45,7%. Враховуючи незначну їх частку суттєвого позитивного впливу на загальний результат діяльності даний факт не відіграв. Як свідчать проведені дослідження, основну частку в структурі продажів торговельних підприємств даного ринкового сегменту

складають автотранспортні засобами, розмір якої в 2021 р. склав 68,5%, а в 2022 р. 60,4% (рис.5).



Рис.5. Структура продажів торговельних підприємств України за видами товарних груп в 2021-2022 рр.

Джерело: побудовано авторами на основі [4]

Відповідно, оптова та роздрібна торгівля деталями та приладдям для автотранспортних засобів в 2021 р. складав 26,4%, а в 2022 р. збільшився до 22,9%, незважаючи на загальну тенденцію зменшення доходів по даній товарній групі. Оскільки частка доходів підприємств від продажу мотоциклів та деталей до них була незначна – 0,3%, то динаміка доходів по цих товарах не відігравала практично ніякої ролі в загальній тенденції продажів, хоча їх обсяг скоротився майже на 31,2%.

Аналізуючи стан авторинку України в 2023 р. та його місце в європейському ринку, слід зазначити, що незважаючи на складні економічні умови, що склалися в країні внаслідок війни, продажі нових автомобілів за цей рік зросли на 62,4% (табл.3). При цьому європейський авторинок мав також позитивну тенденцію до збільшення, розмір якого збільшився на 16,8%. Загалом в європейських країнах в 2023 р. було реалізовано майже 14 млн. автомобілів, проти 12 млн. у минулому році.

**Таблиця 3. Обсяги продажів автомобілів в Україні та країнах Європи за
2022-2023 рр.(одиниць)**

Країни	Кількість проданих автомобілів		Темп приросту, %	Рейтинг країни 2022 р.	Рейтинг країни 2023 р.
	2022 р.	2022 р.			
1. Німеччина	2 651 357	2 844 609	+7,3	1	1
2. Великобританія	1 614 063	1 903 054	+17,9	2	2
3. Франція	1 529 035	1 774 723	+16,1	3	3
4. Італія	1 316 926	1 565 331	+ 18,9	4	4
5. росія	629 923	1 058 708	+68,1	6	5
6. Іспанія	813 396	949 359	+16,7	5	6
7. Бельгія	366 303	476 675	+30,1	8	7
8. Польща	419 749	475 032	+13,2	7	8
9. Нідерланди	312 075	369 791	+18,5	9	9
10. Швеція	288 087	289 827	+0,6	10	10
11. Швейцарія	225 934	252 215	+11,6	11	11
12. Австрія	215 047	239 150	+11,2	12	12
13. Чеська Республіка	192 087	221 419	+15,3	13	13
14. Португалія	157 295	199 623	+26,9	15	14
15. Данія	148 293	172 798	+16,5	16	15
16. Румунія	129 328	144 611	+11,8	17	16
17. Греція	105 283	134 484	+27,7	19	17
18. Норвегія	174 321	126 955	-27,2	14	18
19. Ірландія	105 253	122 310	+16,2	20	19
20. Угорщина	111 524	107 720	-3,4	18	20
21. Словаччина	78 841	88 003	+11,6	22	21
22. Фінляндія	81 695	87 502	+7,1	21	22
23. Україна	40 076	65 089	+62,4	26	23
24. Хорватія	42 939	57 694	+34,4	24	24
25. Люксембург	42 094	49 151	+16,8	25	25
26. Словенія	46 339	48 809	+5,3	23	26
27. Болгарія	28 680	37 724	+31,5	27	27
28. Литва	25 496	27 528	+8,0	28	28
29. Естонія	20 426	22 820	+11,7	29	29
30. Білорусь	14 843	19 550	+31,7	32	30
31. Латвія	16 824	19 083	+13,4	30	31
32. Ісландія	16 675	17 541	+5,2	31	32
33. Кіпр	11 627	14 740	+26,8	33	33
Разом по країнах Європи	11 971 834	13 983 628	+16,8	x	x

Джерело: сформовано авторами на основі [1]

Проте в різних країнах темпи зростання сильно коливались. Падіння обсягів продажу автомобілів спостерігалось у Норвегії (-27,2%) та Угорщині (-3,4%), на всіх інших ринках спостерігалось стабільне зростання[1]. Аналізуючи наведені дані, слід зазначити, що рейтинг України за кількістю проданих автомобілів в 2023 р. значно покращився, оскільки обсяги продажу

автомобілів зросли порівняно з 2022 р. на 62,4%, що дозволило змінити конкурентну позицію з 26 на 23 місце серед 33 країн Європи (табл. 8). Так, якщо в 2022 р. кількість проданих автомобілів складала 40076, то в 2023 р. їх кількість збільшилась на 25013 і складала 65089 автомобілів. Найближчими конкурентами вітчизняного авторинку є такі країни як Хорватія, Люксембург, Словенія, яких в 2023 р. Україна випередила за обсягами і темпами приросту продажів зі значним відривом.

Порівняльний аналіз європейського авторинку в розрізі окремих країн, свідчить, що Україна значно відстає від розвинутих європейських країн, проте враховуючи важкі умови воєнного стану в країні динаміка є явно позитивною, такі показники свідчать про стрімкий розвиток даного виду бізнесу, незважаючи на несприятливі умови зовнішнього середовища. Водночас, лідируючі позиції на європейському авторинку залишаються незмінними і належать Німеччині, Великобританії та Франції. У цих країнах зростання авторинку відбувається надшвидкими темпами, наприклад, в Німеччині реалізували 2,8 млн. автомобілів у 2023 р., що перевищує український авторинок майже в 44 рази. Слід констатувати, що в 2008 р. Україна займала 7-е місце за обсягами продажу нових автомобілів. Тому у України є всі шанси відновити свій вплив на європейський авторинок в післявоєнний період [1].

Висновки і перспективи подальших досліджень. Узагальнюючи проведене дослідження, слід зазначити, що торгівля транспортними засобами займає особливе місце в торгівельній сфері і розвивається попри складні економічні умови швидкими темпами. Торгівля є стимулятором розвитку інших видів підприємницької діяльності, а саме виробництва, будівництва, транспорту, фінансової сфери, логістики, сфери послуг. В умовах війни посилюється значення транспортної логістики для розвитку економіки України, що сприятиме подальшому розвитку даного виду бізнес-діяльності. Сучасні тенденції розвитку торгівлі транспортними засобами синхронізуються із загальними тенденціями торговельного бізнесу загалом

по Україні та інших видів підприємницької діяльності. В складних умовах військового стану торговельний бізнес показав стійкість та позитивну результативність діяльності. При цьому найбільшу стресостійкість до кризової економічної і політичної ситуації в країні проілюстрували середні та малі підприємства, що свідчить про ефективність і гнучкість їх поточних стратегій відносно можливості адаптації до факторів зовнішнього середовища. Високий рівень політичної та економічної нестабільності, посилення конкуренції в торговельній галузі, залежність від зміни споживчих запитів, що актуалізує питання пошуку ефективної стратегії розвитку суб'єктів торговельного підприємництва та оцінки фінансових ризиків торговельної діяльності. Подальших досліджень потребує вивчення впливу політичних, економічних, соціальних, технологічних та інших факторів макrorівня на торговельний бізнес загалом та на діяльність окремих торговельних підприємств.

Література

1. Авторинок України у 2023 році: продаж авто та прогнози на 2024 рік. *InVenture*, URL: <https://inventure.com.ua/uk/analytics/investments/avtorinok-ukrayini-u-2023-roci:-prodazh-avto-ta-prognozi-na-2024-rik> (дата звернення: 16.09.2024).
2. Багацька Н.М., Лозовський О.М. Управління доходами підприємств торгівлі. *Ефективна економіка*. 2024. №7. URL: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.7.37> (дата звернення: 23.09.2024).
3. Куцик П.О., Медвідь Л.Г., Шевчук В.О., Харинович-Яворська Д.О. Діяльність торговельних підприємств у конкурентному середовищі: контрольно-аналітичне забезпечення системи управління : монографія. Чернівці : Технодрук, 2015. 370 с.
4. Офіційний сайт Держстат України, 1998-2024 рр. Оптовий та роздрібний товарооборот підприємств оптової та роздрібно́ї торгівлі. URL:

https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2022/sr/roz/arh_roz22_u.html__ (дата звернення: 04.10.2024).

5. Проскурніна Н.В. Розвиток роздрібної торгівлі в умовах динамічної природи змін. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2018. Вип. 22. Ч. 3. С. 34-38.

6. Райтер Н.І., Мацьків Г.В. Особливості здійснення підприємницької діяльності в торгівельній галузі. *Ефективна економіка*. 2024. №8. URL: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.8.57> (дата звернення: 27.09.2024).

7. Терещенко А.М., Багацька К.В. Порівняння методичних підходів до оцінки фінансового потенціалу підприємств торгівлі. *Ефективна економіка*. 2024. № 9. URL: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.9.19> (дата звернення: 16.09.2024).

8. Холод С.Б., Павлова В.А. Система продажів торговельних підприємств: пошук оптимального варіанта. *Економіка та суспільство*. 2022. Випуск 37. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-37-36>__ (дата звернення: 10.09.2024).

References

1. InVenture (2024), “Ukrainian car market in 2023: car sales and forecasts for 2024.” available at: <https://inventure.com.ua/uk/analytics/investments/> avtorinok-ukrayini-u-2023-roci:-prodazh-avto-ta-prognozi-na-2024-rik (Accessed 16 September 2024).

2. Bahatska, N. and Lozovskyi, O. (2024), “Revenue management of trade enterprises”, *Efektivna ekonomika*, [Online], vol. 7. <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.7.37>.

3. Kutsyk, P. Medvid, L. Shevchuk, V. and Kharynovych-Yavorska, D. (2015), *Diialnist torhovelnykh pidpriemstv u konkurentnomu seredovyshchi: kontrolno-analitychne zabezpechennia systemy upravlinnia : monohrafiia* [Activities of trade enterprises in a competitive environment: control and analytical

support of the management system: a monograph], Tekhnodruk, Chernivtsi, Ukraine.

4. Official website of the State Statistics Service of Ukraine (2024). “Wholesale and retail turnover of wholesale and retail trade enterprises, 1998-2024”, available at: https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2022/sr/roz/arh_roz22_u.html (Accessed 2 October 2024).

5. Proskurnina, N. (2018), “Retail development in the context of dynamic changes”, *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu*, vol. 22, no. 3, pp. 34-38.

6. Raiter, N. and Matskiv, H. (2024), “Peculiarities of entrepreneurial activity in the trade industry”, *Efektyvna ekonomika*, [Online], vol. 8. <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.8.57>.

7. Tereshchenko, A. and Bahatska, K.(2024), “Comparison of methodological approaches to assessing the financial potential of trade enterprises”, *Efektyvna ekonomika*, [Online], vol. 9. <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.9.19>.

8. Kholod, S. and Pavlova, V. (2022), “Sales system for retailers: finding the best option”. *Ekonomika ta suspilstvo*, [Online], vol. 37. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-37-36>.

Стаття надійшла до редакції 14.10.2024 р.