

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. 2025. № 6.

DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.6.83>

УДК 339.5

М. М. Мамчин,

к. е. н., доцент, доцент кафедри маркетингу і логістики,

Національний університет «Львівська політехніка»

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-9230-0147>

В. В. Найда,

студентка, Національний університет «Львівська політехніка»

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0004-5378-1872>

ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ВПРОВАДЖЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ В РОЗДРІБНУ ТОРГІВЛЮ

M. Mamchyn,

PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Marketing and Logistics, Lviv Polytechnic National University

V. Naida,

Student, Lviv Polytechnic National University

EUROPEAN EXPERIENCE IN IMPLEMENTING THE CONCEPT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN RETAIL

Проведено дослідження реалізації концепції сталого розвитку в сфері роздрібної торгівлі в країнах ЄС. Проаналізовано ключові напрямки сталого розвитку у європейській роздрібній торгівлі. Висвітлено основні пріоритети

європейських роздрібних мереж в досягненні сталого розвитку через вимоги споживачів , законодавство та конкуренцію. Охарактеризовано основні ініціативи, які впроваджуються роздрібними мережами ЄС, виходячи із принципу свідомого споживання. При цьому окреслюються виклики і перспективи розвитку свідомого споживання в роздрібній торгівлі . З'ясовано ключові напрямки розвитку зеленого бізнесу в роздрібній торгівлі ЄС і його актуальність зумовленою необхідністю для виживання в сучасному світі. Проаналізовано ключові аспекти ресурсоефективності в роздрібній торгівлі і виокремлено виклики і перспективи розвитку ресурсоефективності в роздрібній торгівлі ЄС. Досліджено потенційні ризики і загрози , які можуть негативно вплинути на торгівельний бізнес, а також виявлено сильні сторони і основні можливості , що можуть сформувати сприятливе середовище для впровадження інновацій та зростання. Реалізація визначених напрямів у досягненні сталого розвитку в роздрібній торгівлі країн ЄС забезпечить ефективність її функціонування і зробить її динамічною та конкурентною галуззю, що постійно впроваджує технологічні інновації, враховує зміни у споживчих звичках і тенденції, які супроводжують глобалізацію.

A study was conducted on the implementation of the sustainable development concept in the retail sector in EU countries. Key areas of sustainable development in European retail trade were analyzed, with a special focus on environmental, economic, and social aspects. The main priorities of European retail chains in achieving sustainable development through consumer demands, legislation, and competition were highlighted. The key initiatives being implemented by EU retail chains, based on the principle of conscious consumption, were characterized. These initiatives focus on reducing environmental impact, utilizing renewable resources, developing ethical business practices, and supporting social initiatives. At the same time, the challenges and prospects of developing conscious consumption in retail are outlined, considering

the need for consumer education, innovative marketing strategies, and the evolution of customer preferences. The key areas of green business development in retail in the EU were identified, along with its relevance, driven by the necessity for survival in today's world, where consumer environmental awareness has become a key factor in purchasing decisions. The main aspects of resource efficiency in retail were analyzed, including the optimization of logistics processes, efficient use of resources, and waste reduction, while challenges and prospects for the development of resource efficiency in retail in the EU were highlighted. Potential risks and threats that could negatively impact the retail business were studied, along with strengths and key opportunities that can create a favorable environment for innovation and growth. The implementation of the identified directions for achieving sustainable development in the retail sector of EU countries will ensure the effectiveness of its functioning and make it a dynamic, competitive industry that constantly adopts technological innovations, considers changes in consumer habits, follows trends driven by globalization, and embraces digital transformation strategies to enhance sustainability.

Ключові слова: *економіка, сталий розвиток, роздрібна торгівля, відходи, свідоме споживання, зелений бізнес, ресурсоефективність.*

Keywords: *economy, sustainable development, retail trade, waste, conscious consumption, green business, resource efficiency.*

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Європейський союз є одним з лідерів у світі за темпами впровадження принципів сталого розвитку, свідомого споживання, зеленого бізнесу та ресурсоефективності в різних сферах, включаючи роздрібну торгівлю. Провідні європейські мережі супермаркетів та гіпермаркетів активно працюють над зниженням свого екологічного сліду та підвищенням соціальної відповідальності. Українським роздрібним мережам важливо визначити привабливі практики реалізації

принципів сталого розвитку провідними гравцями роздрібно́ї торгівлі в ЄС для встановлення перспектив свого подальшого розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У науковій літературі як вітчизняній, так і зарубіжній існує низка публікацій, які висвітлюють питання сталого розвитку у сфері торгівлі, зокрема в [1] обґрунтовано важливість торгівлі в забезпеченні досягнення цілей сталого розвитку. У [2] досліджуються світові тенденції та особливості розробки стратегій розвитку торговельних підприємств. Світові тренди розвитку роздрібно́ї торгівлі висвітлено в [3]. Ковбатюк Г. наголошує на необхідності питань сталого розвитку чітко закріпити в торговельній політиці ЄС на стратегічному рівні [4]. Проте, ключові напрями сталого розвитку в європейській роздрібній торгівлі залишились слабо досліджені.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є дослідження досвіду впровадження концепції сталого розвитку в діяльність підприємств роздрібно́ї торгівлі в країнах ЄС і визначити можливості його використання для українських роздрібних мереж з метою реалізації цілей сталого розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Цілі сталого розвитку, які визначають глобальні пріоритети сучасної соціально-економічної системи ЄС ґрунтуються на поєднанні економічного розвитку з соціальною справедливістю, раціональним використанням трудових ресурсів, високими екологічними стандартами і мають на меті покращити рівень життя населення , розширити можливості і підвищити рівень справедливого розподілу доходів [5]. На рис.1 наведено графік зростання світового індексу сталого розвитку впродовж 2010 – 2022 років [5]

Ключові проблеми, пов'язані зі сталим розвитком:

- Кліматичні зміни: збільшення концентрації парникових газів в атмосфері призводить до глобального потепління, екстремальних погодних явищ та підвищення рівня моря.

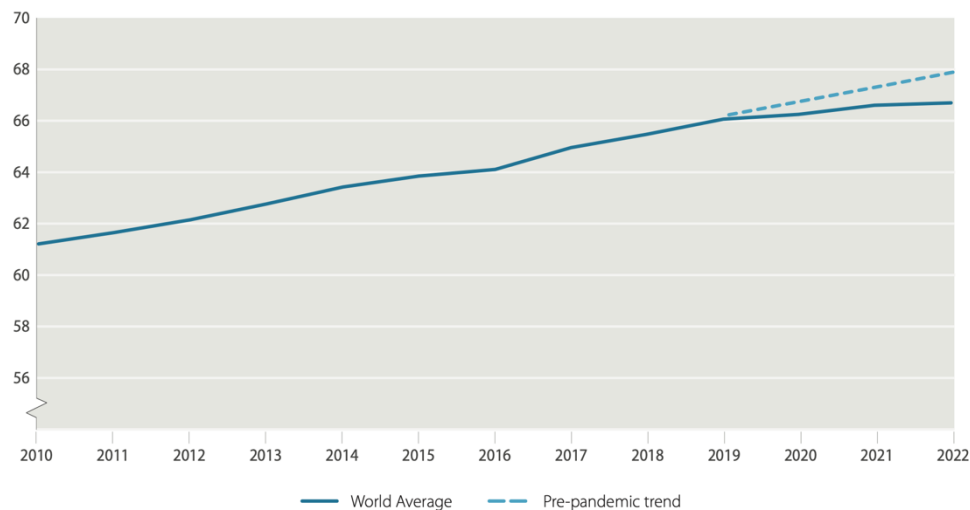


Рис.1. Світовий індекс сталого розвитку в 2010 – 2022 рр.

Джерело: [5]

- Втрата біорізноманіття: знищення природних екосистем, фрагментація середовищ існування та надмірне використання природних ресурсів призводять до зменшення біорізноманіття.
- Забруднення довкілля: промислове виробництво, транспорт та споживання генерують величезну кількість відходів, які забруднюють повітря, воду і ґрунт.
- Виснаження природних ресурсів: видобуток корисних копалин, вирубка лісів та надмірне використання водних ресурсів призводять до їх дефіциту.
- Соціальна нерівність: економічне зростання часто супроводжується зростанням розриву між багатими і бідними, що призводить до соціальної напруги та конфліктів.

Торгівлі належить суттєва роль в забезпеченні сталого розвитку , оскільки вона є потужним інструментом як в покращенні добробуту людей так і в економічному зростанні. Про що свідчать обсяги продажів 10 провідних торговців Європи у 2021 році подані на рис.2.

Ключовими напрямками сталого розвитку в європейській роздрібній торгівлі є зменшення харчових відходів, екологічно чиста упаковка,

енергоефективність, соціальна відповідальність та прозорість постачальницьких ланцюгів.

Багато європейських мереж впроваджують програми з боротьби з харчовими відходами, такі як зниження цін на продукти з коротким терміном придатності, пожертвування їжі харчовим банкам та розробка нових рецептів з використанням продуктів, які скоро закінчуються. Компанії переходять на екологічно чисту упаковку, зменшують її кількість та використовують перероблювані матеріали.

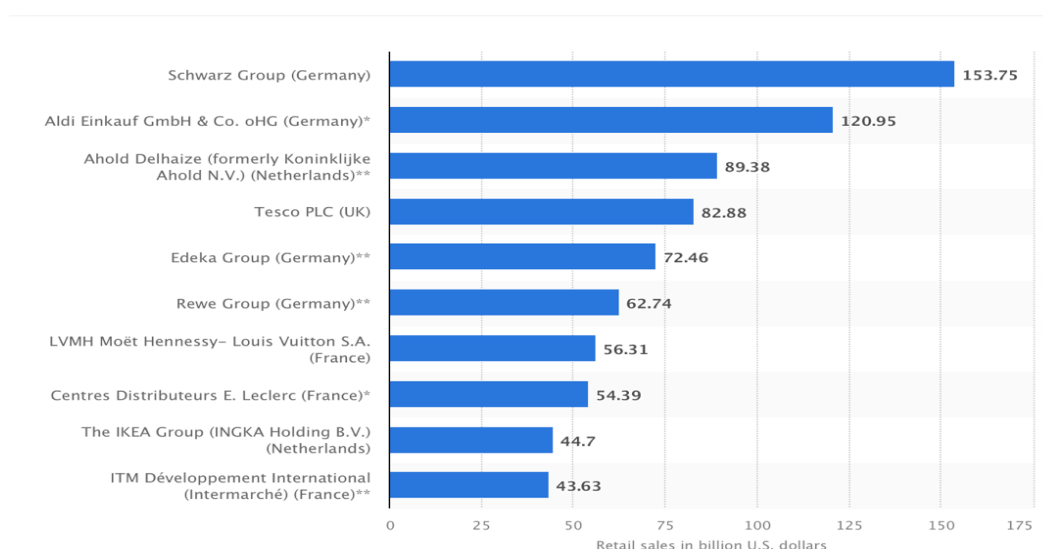


Рис. 2. Обсяги провідних роздрібних торговців Європи у 2021 році на основі світових роздрібних продажів, млрд. дол. США

Джерело [6]

Багато європейських мереж впроваджують програми з боротьби з харчовими відходами, такі як зниження цін на продукти з коротким терміном придатності, пожертвування їжі харчовим банкам та розробка нових рецептів. Впровадження енергозберігаючих технологій, використання відновлюваних джерел енергії, встановлення сонячних панелей на дахах магазинів. Підтримка місцевих виробників, створення робочих місць, забезпечення справедливих умов праці для співробітників, участь у соціальних проектах. Компанії прагнуть забезпечити прозорість своїх постачальницьких ланцюгів,

відстежуючи походження товарів та гарантуючи, що вони виробляються в етичних умовах.

Європейські роздрібні мережі приділяють таку увагу сталому розвитку через споживачів, законодавство та конкуренцію:

- *Вимоги споживачів.* Споживачі в Європі все більше усвідомлюють важливість екологічних проблем і готові платити більше за товари та послуги, які виробляються відповідально.
- *Законодавство.* ЄС вводить все більш суворі екологічні норми, що стимулює компанії до впровадження більш стійких практик.
- *Конкуренція.* Компанії, які дотримуються принципів сталого розвитку, мають конкурентну перевагу на ринку.

Викиди CO₂ роздрібними торговцями у 2021 році (у метричних тоннах еквівалентів CO₂) представлено на рис.3. [7].

Carbon dioxide emissions of selected retailers in 2021

(in metric tons of carbon dioxide equivalents)

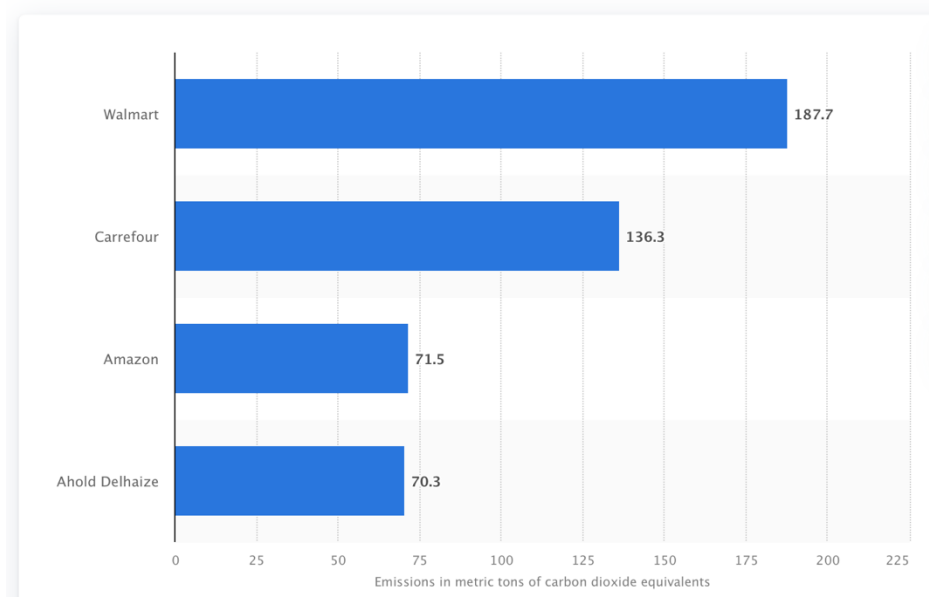


Рис.3. Викиди CO₂ роздрібними торговцями у 2021 році

Джерело [7]

Отже, впровадження принципів сталого розвитку в роздрібній торгівлі ЄС є невід'ємною частиною сучасного бізнесу. Компанії, які інвестують у

сталий розвиток, не тільки покращують свій імідж, але й забезпечують довгостроковий успіх свого бізнесу. Українські роздрібні мережі можуть взяти приклад з європейських колег і впроваджувати подібні ініціативи для досягнення сталого розвитку.

Свідоме споживання - це свідомий вибір товарів та послуг, який враховує не лише особисті потреби, а й їхній вплив на довкілля та суспільство. Цей тренд стає все більш популярним в Європі, а роздрібна торгівля відіграє в цьому процесі ключову роль.

Свідоме споживання набуває такої популярності через зростання екологічної свідомості, так як споживачі все більше усвідомлюють наслідки своїх споживчих рішень для планети. Також через соціальну відповідальність, тому що люди бажають підтримувати компанії, які дбають про соціальні проблеми та етичні стандарти виробництва. Ну і звичайно через здоров'я та безпека, бо свідомі споживачі звертають увагу на якість продуктів та їхній вплив на здоров'я.

Ініціативи, які впроваджують роздрібні мережі ЄС:

- *Продукти місцевого виробництва.* Багато мереж супермаркетів активно співпрацюють з місцевими фермерами та виробниками, щоб забезпечити споживачів свіжими та якісними продуктами з меншим вуглецевим слідом.
- *Екологічна упаковка.* Компанії переходять на екологічно чисту упаковку, зменшують її кількість та використовують перероблювані матеріали.
- *Веганські та вегетаріанські продукти.* Зростаючий попит на продукти рослинного походження спонукає роздрібні мережі розширювати асортимент веганських та вегетаріанських товарів.
- *Програми лояльності для свідомих споживачів.* Багато мереж пропонують спеціальні програми лояльності для клієнтів, які обирають екологічні продукти.

- *Інформація про походження товарів.* Споживачі хочуть знати, звідки походить продукт, як він виробляється та які стандарти якості дотримуються. Роздрібні мережі надають цю інформацію на етикетках та у своїх маркетингових матеріалах.
- *Зменшення харчових відходів.* Компанії активно працюють над зменшенням кількості харчових відходів, впроваджуючи програми з переробки продуктів, які скоро закінчуються, та співпрацюючи з харчовими банками.

Незважаючи на значні досягнення, роздрібна торгівля все ще стикається з низкою викликів. Виклики та перспективи розвитку свідомого споживання в роздрібній торгівлі представлено в табл. 1.

Таблиця 1. Виклики та перспективи розвитку свідомого споживання в роздрібній торгівлі

Виклик	Перспектива
<i>Висока вартість екологічних продуктів.</i> Часто екологічно чисті продукти коштують дорожче, що обмежує доступ до них для частини населення.	<i>Розвиток онлайн-торгівлі.</i> Онлайн-магазини надають більше можливостей для просування екологічних продуктів та інформування споживачів.
<i>Недостатня прозорість постачальницьких ланцюгів.</i> Не завжди легко відстежити весь шлях продукту від виробника до полиці магазину.	<i>Співпраця з урядами та громадськими організаціями.</i> Спільні зусилля можуть пришвидшити перехід до більш сталого споживання.
<i>Відсутність єдиних стандартів,</i> що ускладнює споживачам зробити свідомий вибір.	<i>Інноваційні технології.</i> Нові технології, такі як блокчейн, можуть забезпечити прозорість постачальницьких ланцюгів та підвищити довіру споживачів.

Джерело: власна розробка

Споживачі повідомили про історичні максимуми в кількох категоріях (рис. 4) [8]:

- Вважаю важливим купувати в соціально-відповідальних компаніях;
- Купували товари чи послуги в соціально-відповідальних компаніях;
- Планують витратити більше на соціально-відповідальні компанії.

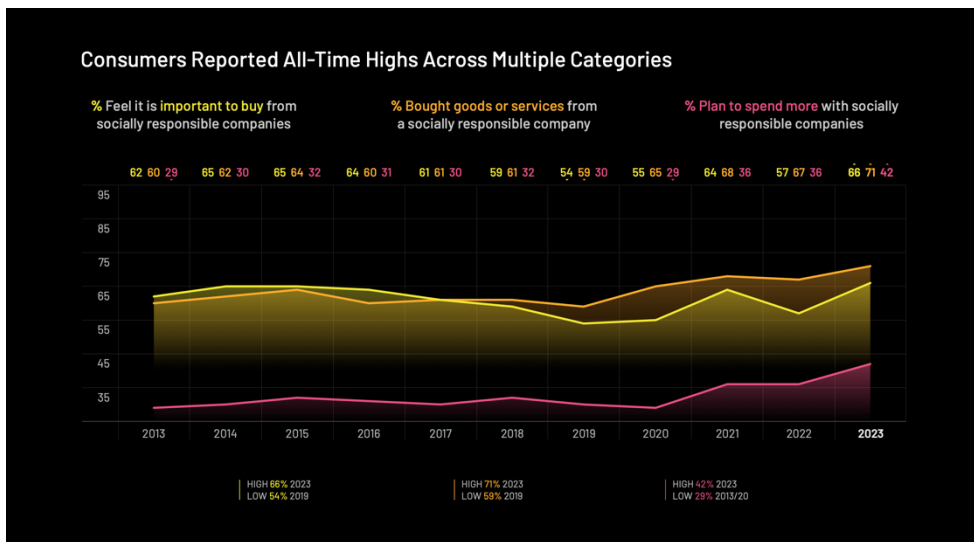


Рис.4. Зростання інтересу споживачів до соціально відповідального бізнесу

Джерело: [8]

Отже, свідоме споживання стає все більш важливим фактором для роздрібної торгівлі в ЄС. Компанії, які впроваджують принципи сталого розвитку, здобувають конкурентну перевагу та сприяють створенню більш стійкого майбутнього.

Зелений бізнес у роздрібній торгівлі ЄС – це не просто модний тренд, а необхідність, диктована зміною клімату та зростаючою свідомістю споживачів. Провідні європейські мережі активно впроваджують екологічні практики, перетворюючи свої бізнес-моделі на більш сталі.

Ключові напрямки зеленого бізнесу в роздрібній торгівлі ЄС:

- *Зменшення вуглецевого сліду.* Компанії активно працюють над зниженням викидів парникових газів за рахунок використання відновлюваних джерел енергії, енергоефективних технологій та оптимізації логістичних ланцюгів.
- *Екологічно чиста упаковка.* Перехід на біорозкладні матеріали, зменшення кількості упаковки та впровадження систем повторного використання тари.

- *Боротьба з харчовими відходами.* Розробка програм з переробки харчових відходів, зниження цін на продукти з коротким терміном придатності та співпраця з харчовими банками.
- *Підтримка місцевих виробників.* Співпраця з місцевими фермерами та виробниками сприяє скороченню транспортних витрат та підтримці місцевої економіки.
- *Просування екологічних продуктів.* Розширення асортименту органічних, веганських та вегетаріанських продуктів, а також товарів з перероблених матеріалів.
- *Прозорість постачальницьких ланцюгів.* Компанії прагнуть забезпечити прозорість своїх постачальницьких ланцюгів, відстежуючи походження товарів та гарантуючи дотримання етичних стандартів.

Зелений бізнес вигідний для роздрібної торгівлі, тому що це надає компанії позитивного іміджу, так як компанії, які дотримуються принципів сталого розвитку, здобувають позитивний імідж серед споживачів, інвесторів та співробітників. Також ефективне використання ресурсів, зниження відходів та впровадження енергозберігаючих технологій можуть призвести до значного зменшення витрат. Пошук нових, більш екологічних рішень стимулює інновації та розвиток бізнесу. Та через стійкість бізнесу, тому що компанії, які враховують екологічні та соціальні фактори, стають більш стійкими до зовнішніх змін та ризиків.

Отже, зелений бізнес в роздрібній торгівлі ЄС – це не просто тренд, а необхідність для виживання в сучасних умовах. Компанії, які інвестують у сталий розвиток, не тільки покращують свій імідж, але й забезпечують довгостроковий успіх свого бізнесу.

Ресурсоефективність стала одним з ключових напрямків розвитку роздрібної торгівлі в ЄС. Провідні компанії розуміють, що раціональне використання ресурсів не лише сприяє збереженню довкілля, а й дозволяє знизити витрати та підвищити конкурентоспроможність.

Ключові напрямки ресурсоефективності в роздрібній торгівлі ЄС:

- *Енергоефективність.* Впровадження енергозберігаючого освітлення, опалення та вентиляції, використання відновлюваних джерел енергії.
- *Оптимізація логістики.* Зменшення кількості транспортних перевезень, використання екологічно чистого транспорту, оптимізація маршрутів доставки.
- *Управління відходами.* Роздільний збір сміття, переробка відходів, скорочення використання одноразової упаковки.
- *Оптимізація використання води.* Впровадження систем збору та повторного використання дощової води, використання економних сантехнічних приладів.
- *Ефективне використання паперу.* Перехід на електронний документообіг, використання двостороннього друку, скорочення кількості рекламних матеріалів.

Відновлення екологічних звичок: коливання змін за останнє десятиліття подано на рис. 5 [8].

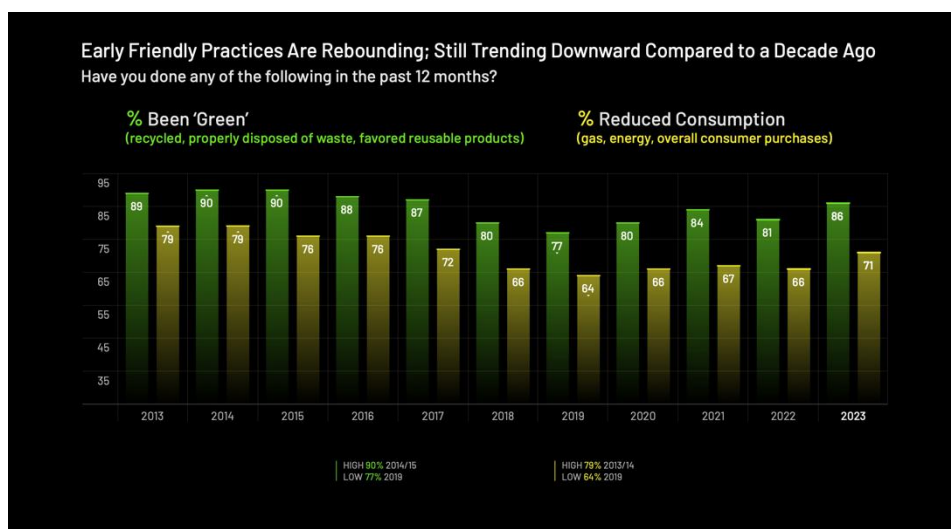


Рис.5. Відновлення екологічних звичок: коливання змін за останнє десятиліття

Джерело: [8]

Виклики та перспективи розвитку ресурсоефективності в роздрібній торгівлі ЄС подано в табл. 2.

Таблиця 2. Виклики та перспективи розвитку ресурсоефективності в роздрібній торгівлі ЄС

Виклик	Перспектива
<i>Висока вартість впровадження.</i> Так як впровадження ресурсоефективних технологій може потребувати значних інвестицій.	<i>Розширення державної підтримки.</i> Державні програми та стимули можуть сприяти більш швидкому впровадженню ресурсоефективних технологій.
<i>Недостатня обізнаність співробітників.</i> Тому що не завжди легко змінити звичні способи роботи та залучити співробітників до процесу змін.	<i>Співпраця з постачальниками.</i> Спільні проекти з постачальниками дозволяють оптимізувати весь ланцюжок поставок.
<i>Відсутність єдиних стандартів,</i> що ускладнює порівняння результатів та визначення найефективніших рішень.	<i>Розвиток цифрових технологій.</i> Інтернет речей, штучний інтелект та інші технології дозволяють більш ефективно управляти енергоспоживанням та відходами.

Джерело: власна розробка

Отже, ресурсоефективність є важливим фактором для успіху роздрібної торгівлі в ЄС. Компанії, які впроваджують ресурсоефективні практики, не тільки зменшують свій вплив на довкілля, а й отримують конкурентні переваги.

Роздрібна торгівля в країнах ЄС є динамічною та багатогранною галуззю, яка зазнає значних змін під впливом технологічного прогресу, зміни споживчих уподобань та глобалізації. Для успішного функціонування на цьому ринку компаніям необхідно постійно аналізувати своє становище та адаптуватися до нових умов.

Нами проведено SWOT-аналізу для галузі роздрібної торгівлі в ЄС який допоможе визначити конкурентні переваги та зрозуміти, що відрізняє компанії від конкурентів і які їх сильні сторони. Ідентифікувати потенційні ризики та виявити загрози, які можуть негативно вплинути на бізнес. Розробити ефективну стратегію та формувати стратегію розвитку, яка враховує як внутрішні, так і зовнішні фактори.

Мета цього SWOT-аналізу – комплексно оцінити стан галузі роздрібної торгівлі в ЄС, виявити ключові тренди та тенденції, а також визначити основні виклики та можливості для розвитку бізнесу в цьому сегменті.

Результати SWOT-аналізу (табл. 3.) дозволять сформулювати більш чітке уявлення про перспективи розвитку галузі роздрібної торгівлі в ЄС та розробити ефективні стратегії для окремих компаній.

Таблиця 3. SWOT-аналіз галузі роздрібної торгівлі в країнах ЄС

Сильні сторони	Слабкі сторони
Розвинена інфраструктура: Сучасні торговельні центри, логістичні мережі, розвинена банківська система.	Висока конкуренція: Велика кількість як місцевих, так і міжнародних гравців.
Висока купівельна спроможність населення: Особливо в країнах Північної Європи.	Регуляторні обмеження: Строгі екологічні та соціальні стандарти, трудове законодавство.
Високий рівень технологічного розвитку: Широке використання ІТ-технологій в управлінні бізнесом.	Сезонність попиту: Значні коливання попиту протягом року, особливо в сфері одягу та взуття.
Розвинута інфраструктура платежів: Широке використання банківських карт, електронних гаманців.	Високі витрати на персонал: Необхідність залучення кваліфікованих фахівців.
Можливості	Загрози
Розвиток онлайн-торгівлі: Зростання популярності онлайн-шопінгу, нові можливості для продажів.	Економічна нестабільність: Кризи, інфляція можуть негативно вплинути на споживчу спроможність.
Персоналізація маркетингу: Використання даних про клієнтів для створення індивідуальних пропозицій.	Зміна споживчих пріоритетів: Зростаючий інтерес до здорового харчування, екологічних продуктів.
Вихід на нові ринки: Розширення географії діяльності, вихід на нові регіони ЄС.	Зростання вартості оренди: Збільшення вартості нерухомості в популярних торгових зонах.
Співпраця з іншими компаніями: Партнерство з виробниками, постачальниками, логістичними компаніями.	Зміни кліматичних умов: Екстремальні погодні явища можуть вплинути на роботу магазинів.

Джерело: власна розробка

Аналізуючи табл. 3 можна зробити висновок, що роздрібна торгівля в ЄС є динамічною та конкурентною галуззю, яка постійно розвивається під впливом технологічних інновацій, змін у споживчих звичках та глобалізації. Проведений SWOT-аналіз дозволив виявити як сильні сторони, так і слабкі місця галузі, а також визначити основні можливості та загрози.

Отже, сильними сторонами галузі роздрібної торгівлі в країнах ЄС є розвинена інфраструктура, висока купівельна спроможність населення, технологічний розвиток є важливими перевагами галузі. Це створює сприятливе середовище для інновацій та зростання.

Водночас слабкими сторонами роздрібної торгівлі в країнах ЄС є висока конкуренція, жорсткі регуляторні вимоги, сезонність попиту та інші фактори, які ускладнюють ведення бізнесу. Компаніям необхідно постійно шукати нові шляхи для підвищення ефективності та зниження витрат.

Можливостями у цій галузі в країнах ЄС є розвиток онлайн-торгівлі, персоналізація маркетингу, а вихід на нові ринки відкривають перед компаніями широкі перспективи для зростання.

До загроз можна віднести економічну нестабільність, зміну кліматичних умов, зростання вартості оренди та інші фактори, які можуть негативно вплинути на діяльність роздрібних компаній.

Загалом, галузь роздрібної торгівлі в ЄС має високий потенціал для розвитку. Однак, для досягнення успіху компаніям необхідно адаптуватися до змін, швидко реагувати на зміни ринкових умов та споживчих потреб. Інвестувати в технології, використовувати сучасні технології для оптимізації бізнес-процесів та підвищення ефективності. Фокусуватися на клієнті, будувати довгострокові відносини з клієнтами, надаючи їм персоналізований сервіс. Та дбати про довкілля, впроваджувати екологічно чисті технології та практики

Висновки та перспективи подальших розвідок у даному напрямі.

Дослідження європейського досвіду впровадження концепції сталого розвитку свідчить про значні успіхи, досягнуті завдяки ініціативам у сфері енергоефективності, управління відходами та прозорості постачальницьких ланцюгів. Європейські компанії активно впроваджують екологічно чисту упаковку, зменшують харчові відходи та використовують відновлювані джерела енергії. Наприклад, встановлення сонячних панелей на дахах магазинів стало звичною практикою для великих мереж.

Успішні програми боротьби з харчовими відходами, такі як пожертвування їжі харчовим банкам, дозволяють не лише скоротити вплив на довкілля, але й підвищити соціальну відповідальність бізнесу. Також європейські компанії все частіше впроваджують еко-програми для споживачів, наприклад, знижки на екологічні товари, тощо. Реалізація концепції сталого розвитку у своїй діяльності дозволяє європейським торговим мережам посилити свою іміджеву репутацію і привабити більшу кількість покупців, а отже, збільшити обсяги свого товарообороту і відповідно прибутку.

Література

1. Школенко О.Б., Терещенко Е.Ю., Стояненко І.В. Роль торгівлі в забезпеченні реалізації цілей сталого розвитку. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління національним господарством*. URL: https://reicst.com.ua/pmt/issue/view/issue_8_2023
2. Толпежніков Р.О., Толпежнікова Т.Г., Шишман Д.В. Світові тенденції та особливості розробки стратегії розвитку підприємств сфери ритейлу. *Ефективна економіка*. 2021. №6. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2021/12pdf
3. Купалова Г., Гончаренко Н., Шмалій Н. Світові тренди роздрібної торгівлі. *Development Service Industry Management*. 2024. №5(10). С.74-81.
4. Георгій Ковбатюк. Роль міжнародної торгівлі в досягненні цілей сталого розвитку. Збірник наукових праць ДУІТ. Серія «Економіка і управління». 2021. Вип. 50. С. 115-121.
5. SUSTAINABLE DEVELOPMENT REPORT 2023. URL: <https://s3.amazonaws.com/sustainabledevelopment.report/2023/sustainable-development-report-2023.pdf> (дата звернення: 22.04.2025).
6. Sales of Europe's leading 10 retailers 2021 | Statista. *Statista*. URL: <https://www.statista.com/statistics/192175/leading-10-retailers-of-europe-based-on-sales/> (date of access: 24.04.2025).
7. CO2 emissions of selected retailers | Statista. *Statista*. URL: <https://www.statista.com/statistics/1409344/co2-emissions-selected-retailers/> (дата звернення: 24.04.2025).
8. Is good still growing? Highlights from the eleventh annual conscious consumer spending index. URL:

<https://goodmustgrow.com/cms/resources/ccsi/gmg2023ccsifinal.pdf> (дата звернення: 24.04.2025).

References

1. Shkolenko, O.B. Tereschenko, E.Y. and Stoyanenko, I.V. (2023), “The Role of Trade in Achieving Sustainable Development Goals”, Problems of Modern Transformations. Series: Economics and Management of the National Economy, available at: https://reicst.com.ua/pmt/issue/view/issue_8_2023 (accessed: 24.04.2025).
2. Tolpezhnikov, R.O. Tolpezhnikova, T.G. and Shishman, D.V. (2021), “Global Trends and Specifics of Developing Retail Business Strategy”, Effective Economy, vol. 6, available at: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2021/12pdf (accessed: 24.04.2025).
3. Kupalova, G. Honcharenko, N. and Shmaliy, N. (2024), “Global Trends in Retail Trade”, Development Service Industry Management, vol. 5(10), pp. 74-81.
4. Kovbatiuk, G. (2021), “The Role of International Trade in Achieving Sustainable Development Goals”, Scientific Journal of DUIT. Series "Economics and Management", vol. 50, pp. 115-121.
5. Sachs, J.D. Lafortune, G. Fuller, G. and Drumm, E. (2023), “Sustainable development report”, available at: <https://s3.amazonaws.com/sustainabledevelopment.report/2023/sustainable-development-report-2023.pdf> (accessed: 22.04.2025).
6. Statista (2021), “Sales of Europe's Leading 10 Retailers”, available at: <https://www.statista.com/statistics/192175/leading-10-retailers-of-europe-based-on-sales/> (accessed: 24.04.2025).
7. Statista (2021), “CO2 Emissions of Selected Retailers”, available at: <https://www.statista.com/statistics/1409344/co2-emissions-selected-retailers/> (accessed: 24.04.2025).
8. Good.Must.Grow. (2023), “Is Good Still Growing? Highlights from the Eleventh Annual Conscious Consumer Spending Index”, available at: <https://goodmustgrow.com/cms/resources/ccsi/gmg2023ccsifinal.pdf> (accessed: 24.04.2025).

Стаття надійшла до редакції 22.05.2025 р.