Звіт подібності

Метадані

Назва організації
Poltava University of Economics and Trade
Заголовок
напрям Торгівля -Старовірець
Автор
Старовірець Науковий керівник / Експерт
підрозділ
Poltava University of Economics and Trade

Обсяг знайдених подібностей

Коефіцієнт подібності визначає, який відсоток тексту по відношенню до загального обсягу тексту було знайдено в різних джерелах. Зверніть увагу, що високі значення коефіцієнта не автоматично означають плагіат. Звіт має аналізувати компетентна / уповноважена особа.

3.49% 3.49% КП 1

0.00% 0.00% КП 2

1.46% 1.46% КЦ

40
Довжина фрази для коефіцієнта подібності 2

889
Кількість слів

7024
Кількість символів

Тривога

У цьому розділі ви знайдете інформацію щодо текстових спотворень. Ці спотворення в тексті можуть говорити про МОЖЛИВІ маніпуляції в тексті. Спотворення в тексті можуть мати навмисний характер, але частіше характер технічних помилок при конвертації документа та його збереженні, тому ми рекомендуємо вам підходити до аналізу цього модуля відповідально. У разі виникнення запитань, просимо звертатися до нашої служби підтримки.

Заміна букв		0
Інтервали	A→	0
Мікропробіли	·	2
Білі знаки		0
Парафрази (SmartMarks)	a	1

Джерела

Нижче наведений список джерел. В цьому списку є джерела із різних баз даних. Колір тексту означає в якому джерелі він був знайдений. Ці джерела і значення Коефіцієнту Подібності не відображають прямого плагіату. Необхідно відкрити кожне джерело і проаналізувати зміст і правильність оформлення джерела.

10 найдовших фраз — Колір тексту

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	НАЗВА ТА АДРЕСА ДЖЕРЕЛА URL (НАЗВА БАЗИ)	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)
1	Шапка Ірина [redacted] 3/31/2025 Publishing House "Helvetica" (Видавничий дім "Гельветика")	12 1.35 %
2	Шапка Ірина [redacted] 3/31/2025 Publishing House "Helvetica" (Видавничий дім "Гельветика")	12 1.35 %

3	Шапка Ірина [redacted] 3/31/2025 Publishing House "Helvetica" (Видавничий дім "Гельветика")	7 0.79 %

з бази даних RefBooks (0.00 %)

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	ЗАГОЛОВОК	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)

з домашньої бази даних (0.00 %)

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	ЗАГОЛОВОК	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)

з програми обміну базами даних (3.49 %)

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	ЗАГОЛОВОК	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)
1	Шапка Ірина [redacted] 3/31/2025 Publishing House "Helvetica" (Видавничий дім "Гельветика")	31 (3) 3.49 %

з Інтернету (0.00 %)

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	ДЖЕРЕЛО URL	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)

Список прийнятих фрагментів (немає прийнятих фрагментів)

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	ЗМІСТ	КІЛЬКІСТЬ ОДНАКОВИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)

РОЗВИТОК РИТЕЙЛУ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

15. Торгівля

М. Ю. Старовірець, спеціальність Торгівля, група Рфмб-11;
Л. С. Франко, викладач циклової комісії бізнесу й адміністрування, к.е.н., науковий керівник
Полтавський фаховий коледж Полтавського університету економіки і торгівлі

Ритейл є однією з найдинамічніших галузей економіки, яка суттєво впливає на споживчий ринок та економічний стан країни в цілому. Зокрема, довоєнний розвиток ритейлу в Україні відображав економічний підйом країни, що підтверджувалося зростанням ринку ритейлу на 5-10% на рік, залежно від сегменту. Найбільші темпи зростання прийшлись на 2016 рік (13,8%), на 2019 рік (19,2%) та на 2022 рік (43%) [2].
В умовах трансформаційної економіки ринок роздрібної торгівлі України переживає суттєві зміни **під впливом як внутрішніх, так і зовнішніх факторів. З одного боку, зростає** рівень конкуренції, активно впроваджуються цифрові інструменти в управління бізнесом, змінюються моделі споживчої поведінки, що формує нові перспективи для розвитку ритейлу. З іншого - економічна нестабільність, **інфляційні ризики, зниження купівельної спроможності населення та** складнощі з логістикою ускладнюють ефективну діяльність підприємств галузі [4].
Головною відмінністю ритейлу від інших видів підприємницької діяльності, є робота з кінцевим споживачем, постійна комунікація із клієнтами та продаж в невеликих кількостях. Головною метою є максимізація обсягів продажу та задоволення потреб клієнтів, тому сегмент роздрібної торгівлі є найчутливішим до змін попиту, моди, цін та трендів.
Наразі ситуація на українському ринку роздрібної торгівлі характеризується помірним зростанням після декількох років нестабільності. Ринок роздрібної торгівлі України має чітко виражену сегментовану структуру, у межах якої різні напрями демонструють неоднакові темпи розвитку: найбільша частка приходиться на аптечний ритейл - близько 36 %, що пояснюється зростанням попиту на лікарські засоби та продукти для здоров'я. Продовольчий сегмент охоплює приблизно 21 % ринку й **представлений супермаркетами, гіпермаркетами та магазинами формату «біля дому», які забезпечують задоволення основних потреб населення.** Наприклад, «АТБ-Маркет», «Сільпо», «Варус», «Фора», «Ашан». Частка непродовольчого ритейлу становить близько 18 % і включає продаж побутової хімії, текстилю, меблів, товарів повсякденного використання та інших категорій. Щодо ювелірного сегмента, то на ньому зберігається відносна стабільність на рівні 4 % завдяки подарунковому попиту та привабливості ювелірних виробів як об'єкта інвестицій. Fashion-сегмент складає приблизно 3 % структури ритейлу, до якого відносять одяг, взуття та аксесуари. Сегмент техніки та електроніки посідає приблизно 9 %, працюючи у змішаному форматі і відображаючи основні тенденції цифровізації споживчої поведінки. Близько 8 % належить сегменту автозаправних комплексі, діяльність яких поєднує реалізацію пального з продажем супутніх товарів і послуг. [1].
Розвиток ритейлу в умовах воєнного стану супроводжується виникненням ряду труднощів:
- Інфляція та подорожчання логістики, тобто збільшення цін на паливо, оренду складів і транспортування впливає на підвищення цін у магазинах для кінцевого споживача. У 2024-2025 роках середня інфляція в Україні коливається на рівні 7-9%.
- Зменшення купівельної спроможності населення. Прослідковується тенденція до зменшення обсягів доходів більшості громадян країни, що пов'язано зі зростанням витрат на житло, енергоносії, транспорт тощо.
- Дефіцит кадрів, що спричинено мобілізацією та міграцією.

Нині, ринок ритейлу все більше охоплює формат онлайн покупок, демонструючи ряд переваг для споживача: простота, комфорт та швидкість. Безліч магазинів запустили продажі через сайти, впровадивши омніканальну доставку, що дало можливість збільшити базу потенційних клієнтів та підвищити доступність товарів і послуг.

Мережа супермаркетів «Сільпо» реалізувала омніканальний підхід до обслуговування клієнтів, запровадивши систему, що дає змогу оформлювати онлайн-замовлення з вибором між доставкою додому або самостійним отриманням у магазині. Компанія «Епіцентр», у свою чергу, розпочала відкриття компактних торговельних точок, які виконують функцію видачі інтернет-замовлень. Такий формат сприяв розширенню кола покупців і зростанню обсягів реалізації продукції.

Підвищений інтерес споживачів до оперативної доставки товарів спонукав ритейлерів налагоджувати партнерство із сервісами швидкої доставки, зокрема Glovo та Bolt, що дає змогу забезпечити покупців замовленнями у найкоротші терміни, навіть у періоди пікового навантаження.Окремі торговельні мережі, наприклад «Фора», створюють власні служби кур'єрської доставки безпосередньо з магазинів, що підвищує швидкість і якість обслуговування клієнтів.

Серед останніх тенденцій розвитку ринку ритейлу є активне використання сучасних технологій (Big Data, штучний інтелект, безготівкові платежі). Big Data допомагає магазинам аналізувати поведінку покупців - які товари купують, коли і за яких умов. Наприклад «Сільпо» та «Аврора» використовують аналітику для визначення, які товари найкраще продавати в якому районі. Штучний інтелект застосовують задля персоналізації реклами, прогнозування попиту, управліннями запасами на складах та роботі чат-ботів у службі підтримки. Безготівкова оплата продукту або послуги (Apple Pay, Google Pay, QR-оплата). спрощує покупки, економить час та збільшує лояльність клієнтів [3].

Таким чином, розвиток ритейлу в Україні стає важливим фактором економічного відновлення та стабілізації. Цифровізація, омніканальні моделі та інноваційні формати магазинів створюють нові можливості для задоволення потреб споживачів і підвищення ефективності ринку. Активний розвиток роздрібної торгівлі сприятиме відновленню внутрішнього попиту, створенню робочих місць та залученню інвестицій. Таким чином, сучасний і адаптивний ритейл відіграє ключову роль у відбудові України та формуванні конкурентоспроможної економіки.

Список використаних джерел

1. Асоціація ритейлерів України. URL: ttps://rau.ua/novyni/geografija-ritejlu-2024-09/ (дата звернення: 21.10.2025 р.).
2. Вагонова О.Г., Рижкова Г. А.,Полуєва М.К. Особливості ритейлу в Україні. Економічний вісник Дніпровської політехніки, 2025, No2. URL: https://ev.nmu.org.ua/docs/2025/2/EV20252_030-038.pdf (дата звернення: 21.10.2025 р.).
3. Володавчик В. Особливості ритейлу в Україні в умовах воєнного стану. Сучасна наука та освіта: стан, проблеми, перспективи : матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції, м. Полтава, 20-21 березня 2023 року. Полтава: ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2023. С. 496 - 497.
4. Шапка, І. Ринок итейлу в Україні: аналіз поточного стану та перспективи розвитку в умовах трансформаційної економіки. Економіка та суспільство,2025. No 72. URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-72-165 (дата звернення: 21.10.2025 р.). 5. Forbes Україна. Як змінився український ритейл під час війни: нові формати, тренди, виклики. Forbes.ua, 2025. URL: https://forbes.ua (дата звернення: 21.10.2025 р.).