

DOI: [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2024-4\(40\)-75-87](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2024-4(40)-75-87)

УДК 658.6:339.3

JEL Classification: L81

### ***Лариса Михайлівна Мех***

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки і управління  
Національний університет «Чернігівський колегіум»  
імені Т. Г. Шевченка (Чернігів, Україна)

**E-mail:** [mehlarisa@gmail.com](mailto:mehlarisa@gmail.com). **ORCID:** <https://orcid.org/0000-0002-4418-7036>

### ***Марина Вікторівна Кондрашова***

кандидат наук з державного управління, доцент, доцент кафедри економіки і управління  
Національний університет «Чернігівський колегіум»  
імені Т. Г. Шевченка (Чернігів, Україна)

**E-mail:** [kondrashova1210@ukr.net](mailto:kondrashova1210@ukr.net). **ORCID:** <https://orcid.org/0009-0003-0206-6185>

### ***Ольга Степанівна Шевченко***

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри математики  
Національний університет «Чернігівський колегіум»  
імені Т. Г. Шевченка (Чернігів, Україна)

**E-mail:** [shvchenko\\_olya@ukr.net](mailto:shvchenko_olya@ukr.net). **ORCID:** <https://orcid.org/0000-0003-3439-2631>

## **АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТРЕНДІВ СВІТОВОГО МЕРЕЖЕВОГО РИТЕЙЛУ**

*Стаття присвячена аналізу сучасних трендів світового мережевого ритейлу. Проаналізовано 20 краєвих світових ритейлерів, визначено зміну їхнього загального доходу та позицій у рейтингу за 2022-2024 роки. Визначено, що протягом останніх трьох років роздрібний ритейл пережив масштабну трансформацію. Зміна поведінки споживачів, спричинена пандемією COVID-19, значно активізувала використання онлайн-платформ для покупок. Встановлено, що глобальні тренди диктують нові правила для ритейлу: соціальна відповідальність, висока ефективність ланцюга поставок, омніканальність, екологічність, поглиблення цифровізації. Вони стають необхідними умовами для успіху бізнесу.*

**Ключові слова:** ритейл; мережевий ритейл; тренди; електронна торгівля; цифрові технології; штучний інтелект; омніканальність.

*Табл.: 1. Рис.: 2. Бібл.: 19.*

**Постановка проблеми.** Швидкоплинні зміни в технологіях та зростаючі очікування споживачів перетворюють сучасний ритейл на динамічне поле битви. Споживач сьогодні – це вимогливий клієнт, який постійно шукає нових вражень та зручних рішень. Цифрові технології кардинально змінили правила гри в ритейлі. Електронна торгівля, мобільні додатки, штучний інтелект – усе це інструменти, які дозволяють створювати персоналізований досвід покупок та підвищувати лояльність клієнтів. Компанії, які не використовують потенціал цифрових технологій, ризикують відстати від конкурентів.

Отже, актуальним напрямом досліджень є вивчення сучасних трендів розвитку світового мережевого ритейлу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Як вітчизняні, так і закордонні науковці активно досліджують тенденції розвитку ритейлу. Так, Я. М. Антонюк, І. М. Шиндировський [1], досліджуючи тенденції розвитку ритейлу в Україні, визначили, що український та зарубіжний ритейл постійно розвивається через перехід від поглинання підприємств традиційної торгівлі до поглинання мережі конкурентів, а також шляхом нового будівництва об'єктів, зокрема за рахунок діяльності дивелопменту.

Основні тенденції розвитку ритейлу досліджують Г. Є. Богородицька, А. В. Гриценко, А. В. Філоненко [2]. Ними проаналізовано особливості впливу на розвиток ритейлу такого нового виклику, як пандемія COVID-19 в Україні та за кордоном. Видозміну мережі ритейлу в довоєнний та воєнний періоди досліджували Л. Ковальська та А. Дмитрук [4].

Дослідження С. В. Ковальчук [5] присвячене аналізу глобальних тенденцій та їхнього впливу на український роздрібний сектор. У своїй науковій роботі автор детально вивчає динаміку змін у споживчому попиті, еволюцію роздрібних мереж і роль цифрової трансформації в сучасній торгівлі. Трансформацію ринку мережевого ритейлу України в умовах глобальних криз та війни досліджували Т. Наумова, Л. Кирильєва, Я. Лемешко [7]. Науковці зауважили, що є загрози та виклики для українського ритейлу з боку стрімкого розвитку онлайн-ритейлу – електронної комерції.

І. В. Поручинська, В. І. Поручинський, А. М. Слащук [8], досліджуючи сучасні тенденції розвитку мережевого ритейлу, обґрунтували сучасні тренди розвитку мережевого ритейлу з урахуванням особливостей його функціонування в Україні.

**Виділення недосліджених частин загальної проблеми.** Водночас, попри значну кількість наукових праць із цієї проблеми, є потреба комплексного дослідження сучасних трендів світового мережевого ритейлу.

**Мета статті.** Метою статті є дослідження та оцінка сучасних трендів світового мережевого ритейлу.

**Виклад основного матеріалу.** Щороку компанія Kantar проводить всебічне дослідження найбільших світових роздрібних мереж, результати якого публікуються в рейтингу Top 50 Global Retailers. Методологія рейтингу базується на кількісній оцінці фінансових показників компаній, зокрема, їхніх доходів від роздрібною торгівлі на внутрішньому та міжнародних ринках. Для включення до рейтингу компанія має продемонструвати значну міжнародну присутність, здійснюючи прямі інвестиції щонайменше в трьох країнах.

У табл. 1 представлено 20 кращих світових ритейлерів 2024 року за сумою балів рейтингу, загальним виторгом і міжнародним доходом у 2023 році.

Таблиця 1

*20 світових ритейлерів-лідерів 2024*

Рейтинг	Роздрібний продавець	Країна продавця	Основи бізнесу	Бали рейтингу	Міжнародні доходи (млрд дол.)	Загальний дохід компанії (млрд дол.)
1	Walmart	USA	Mass/Hyper	458,7	96,27	628,56
2	Amazon.com	USA	Ecommerce	335,2	105,10	355,11
3	Schwarz Group	Germany	Discount Grocery	268,0	119,90	176,37
4	Aldi	Germany	Discount Grocery	234,7	107,97	145,44
5	Costco	USA	Club	204,9	58,61	234,02
6	Ahold Delhaize	Netherlands	Grocery	162,4	75,91	97,01
7	Carrefour	France	Mass/Hyper	133,3	58,98	89,71
8	Seven & I	Japan	Convenience	90,8	32,20	84,95
9	The Home Depot	USA	DIY	90,2	9,61	151,57
10	IKEA	Netherlands	Furniture	88,8	44,00	45,56
11	Walgreens Boots Alliance	USA	Drug	77,9	12,66	117,77
12	Rewe	Germany	Grocery	63,8	18,01	73,51
13	Apple	USA	Electronics	56,8	10,68	81,56
14	Inditex	Spain	Fashion	54,3	24,15	36,26
15	Casino	France	Grocery	51,8	21,73	38,43
16	Alibaba	China	Ecommerce	50,9	2,58	94,10
17	AS Watson	Hong Kong	Drug	49,7	23,20	29,76
18	Jeronimo Martins	Portugal	Discount Grocery	49,3	22,95	29,81
19	Metro AG	Germany	Mass/Hyper	48,6	21,62	32,40
20	Tesco	United Kingdom	Mass/Hyper	44,8	9,20	61,91

Джерело: складено авторами з урахуванням [19].

Двадцятка лідерів світових ритейлерів за сумою балів рейтингу представлена на рис. 1.

Незначне зростання кількості магазинів не завадило Walmart зберегти статус найбільшого роздрібного продавця у світі. Walmart, скоротивши свою географічну присутність, зосередився на розвитку цифрових каналів продажів та програм лояльності, що дозволило компанії не тільки зберегти лідерські позиції, але й досягти значних фінансових результатів, особливо завдяки зростанню онлайн-продажів та успішному запуску нових програм лояльності в Канаді та Мексиці. Загальний дохід компанії за 2023 рік становив 628,56 млрд дол. [19], що на 7,4 % більше проти 2022 року. Незважаючи на лідерські позиції з 2003 року, Walmart відчуває посилення конкуренції з боку таких гігантів, як Amazon, Schwarz Group, Aldi та Costco, які активно розширюють свою присутність на світовому ринку.

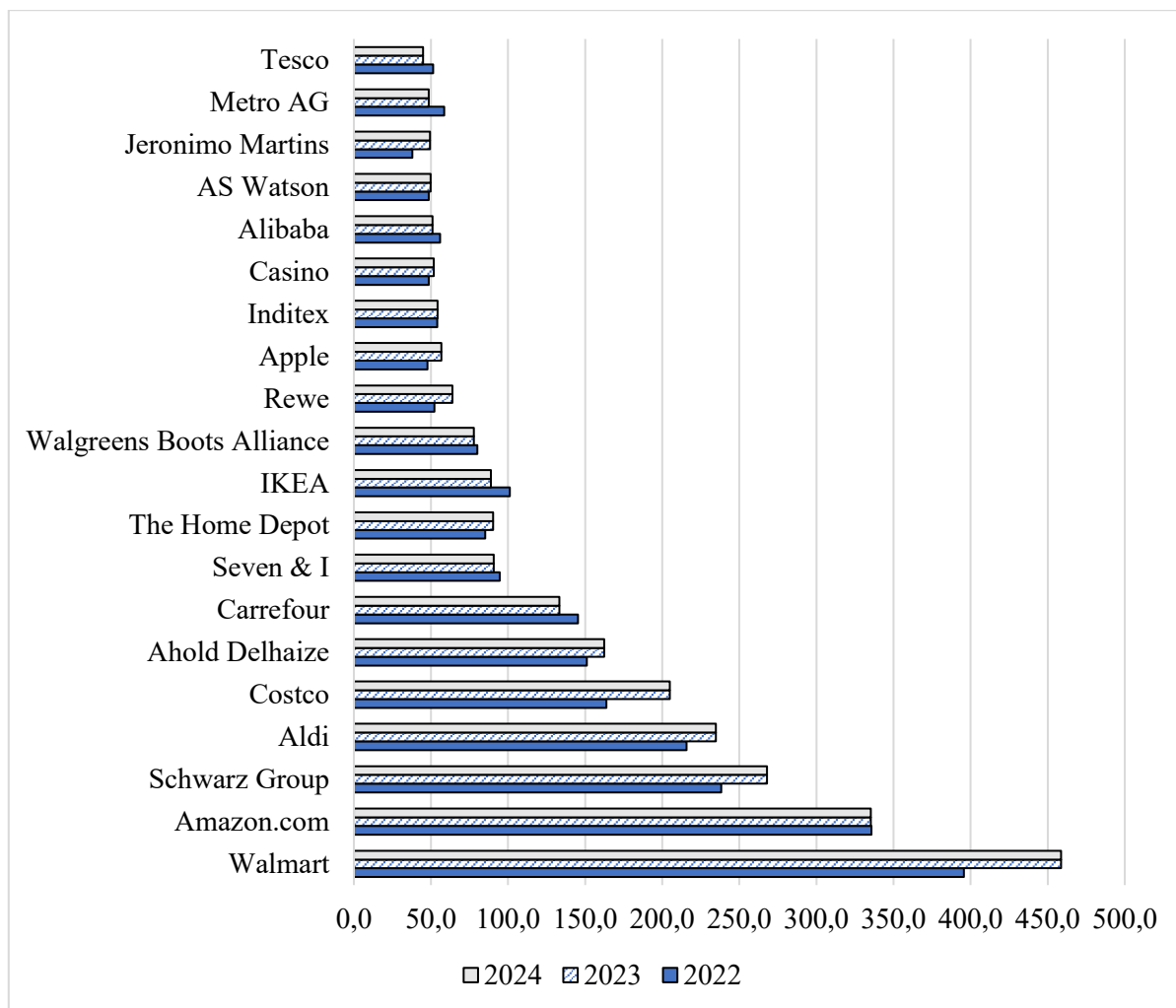


Рис. 1. Двадцятка лідерів світових ритейлерів за сумою балів рейтингу  
Джерело: побудовано авторами за [17-19].

Активне розширення логістичної мережі у 2022-2023 роках дозволило Amazon оперативнo доставляти замовлення клієнтам по всьому світу, що відповідає сучасним вимогам споживачів до швидкості та якості сервісу. Доходи від хмарних сервісів AWS забезпечили Amazon фінансову підтримку для інвестицій у нові продукти та розширення логістичної мережі, що своєю чергою сприяло зростанню продажів [14]. Загальний дохід компанії у 2023 році становив 355,11 млрд дол. (+0,7 % проти попереднього року). Відкриття магазинів Amazon Fresh, поряд з експансією на нові географічні ринки (Латинська Америка та Азія), сприяло підтримці динаміки зростання компанії, попри загальне уповільнення темпів розвитку [10].

Schwarz Group продемонструвала значне зростання у 2023 році, зміцнивши свої позиції як найбільшого європейського та четвертого за величиною світового ритейлера. Бренди Lidl та Kaufland продовжують успішно розвиватися, а дохід від екологічних проєктів (PreZero) та власного виробництва (продукти під власною маркою для своїх магазинів) демонструє диверсифікацію бізнесу. Загальний дохід Schwarz Group у 2023 році склав 176,37 млрд дол.

[19], що становить 110,4 % рівня 2022 року. Інтеграція медіаплатформи Schwarz та хмарної платформи StackIT дозволила компанії створити єдиний цифровий простір для управління всіма своїми процесами [15].

Німецький мережевий ритейлер Aldi (мережа магазинів-дискаунтерів) має понад 10 000 магазинів у 20 країнах світу. Компанія, вже маючи значну присутність у Європі, продемонструвала свою готовність до подальшого зростання, уклавши угоду про придбання мережі супермаркетів Winn-Dixie і Harvey's на південному сході США. Це рішення підтверджує амбітні плани компанії щодо глобальної експансії. Загальний дохід Aldi у 2023 році проти 2022 року зріс на 11,5 % і становив 145,44 млрд дол. [19]. Незважаючи на глобальну присутність, Aldi зосереджує свої інвестиційні та інноваційні зусилля на розвинених ринках США, Великої Британії та Австралії, де компанія бачить найбільший потенціал для зростання.

Costco – це не просто ще один гігант світового мережевого ритейлу, а справжній феномен у світі торгівлі. Компанія виділяється серед конкурентів кількома ключовими особливостями, які дозволили їй стати лідером на світовому ринку: клубна модель, широкий асортимент товарів, приватні торгові марки, ефективна логістика, соціальна відповідальність. Географія присутності Costco постійно розширюється. Крім лідерства на канадському ринку, компанія активно розвиває свою мережу в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні та Європі, відкриваючи магазини у Великій Британії, Австралії, Мексиці, Південній Кореї, Японії та Іспанії. Реагуючи на зміни на ринку та потреби споживачів, Costco розширила свої можливості, додавши онлайн-продажі до традиційного формату магазинів. Загальний дохід компанії у 2023 році проти 2022 року зріс на 6,8 % і становив 234,2 млрд дол. [19].

Мережа Ahold Delhaize створена в результаті об'єднання нідерландської Ahold та бельгійської Delhaize, представлена на ринках США, Нідерландів, Бельгії, Чехії, Греції, Люксембургу, Румунії та Сербії [13]. Завдяки впровадженню сучасних технологій, таких як оновлення магазинів, розвиток електронної комерції та вдосконалення логістики на східному узбережжі США, компанія досягла значних успіхів. У 2023 році загальний дохід ритейлера зріс на 2,8 % і у 2023 році становив 97,1 млрд дол. [19]. Ahold Delhaize у Європі успішно застосовує модель невеликих продуктових магазинів, поєднуючи її з ефективним управлінням нерухомістю. Інвестиції в цифрові технології та розвиток онлайн-платформ дозволили компанії не тільки збільшити доходи, але і створити міцний фундамент для подальшого зростання [6].

Будучи другим найбільшим ритейлером у світі після Walmart, французький мережевий ритейлер Carrefour має розгалужену мережу магазинів у 34 країнах на трьох континентах (Європа, Латинська Америка та Азія). Компанія розширила свій портфель, перейшовши від традиційних гіпермаркетів до різноманітних форматів, таких як продуктові магазини, онлайн-платформи та дискаунтери типу «atakadao». У 2023 році загальний дохід Carrefour

в 2023 році становив 89,71 млрд дол. Латинська Америка стала ключовим регіоном для Carrefour, забезпечуючи близько 40 % загального доходу компанії, незважаючи на деякі тимчасові труднощі на окремих ринках, таких як Бразилія. Завдяки вдалій стратегії придбання активів Walmart та розвитку нових форматів, таких як невеликі магазини та онлайн-платформи, Carrefour досяг значних успіхів на європейському ринку. Компанія Carrefour об'єднала зусилля з Publicis Groupe для розробки нової медіаплатформи Unlimitail, що дозволить їй ефективніше взаємодіяти з клієнтами.

Seven & I – це японський гігант мережевого ритейлу, який володіє мережею з близько 80 тисяч магазинів у більше ніж 100 країнах світу і посідає восьму позицію у топ-20 світових ритейлерів. Завдяки франчайзингу, компанія Seven & I успішно розширила мережу 7-Eleven далеко за межі США та Японії, охопивши Південну Азію, Європу, Канаду та Мексику. Завдяки придбанню мережі автозаправок Speedway в США, загальна кількість магазинів мережі значно збільшилася. Крім традиційного роздрібного продажу, компанія активно розвиває нові напрямки, такі як туристичний ритейл та електронна комерція, розширюючи свою присутність на світовому ринку. Компанія активно розвиває свій онлайн-бізнес 7Now, розширюючи сферу його діяльності на ринках США та Японії. Загальний дохід Seven & I у 2023 році становив 84,95 млрд дол., що на 10,2 % менше попереднього року. Але Seven & I Holdings залишається одним з найбільших світових роздрібних конгломератів завдяки своїй ефективній бізнес-моделі, фокусу на клієнтах та постійному розвитку.

Спеціалізуючись на товарах для дому, The Home Depot не лише займає лідируючі позиції на ринку США, Канади та Мексики, але й є визнаним лідером у сфері цифрової трансформації роздрібної торгівлі. The Home Depot посідає дев'яту позицію у 20 кращих світових ритейлерів із загальним доходом 151,57 млрд дол. Пандемія COVID-19 стала потужним катализатором зростання для DIY-ритейлера The Home Depot, оскільки люди, проводячи більше часу вдома, почали активно облаштовувати свої житла.

Маючи значний потенціал для зростання, ІКЕА, яка посідає 10-те місце серед світових мережевих ритейлерів, могла б стати лідером на ринку товарів для дому, враховуючи постійний інтерес споживачів до облаштування житла. Однак залежність від міжнародної логістики для доставки великогабаритних товарів стала стримуючим фактором для більш швидкого зростання ІКЕА. Компанія успішно адаптувалася до нових викликів логістики, розширивши асортимент товарів, які легше транспортувати, та оптимізувавши ланцюги поставок. Це дозволило їй зберегти свою частку ринку. Загальний дохід компанії проти 2022 року зменшився на 4,1 % і у 2023 році склав 47,56 тис. грн. Однак ІКЕА продовжує бути вибором № 1 для тих, хто облаштовує нове житло, незалежно від країни. Активна експансія в Латинській Америці, зокрема в Мексиці та Чилі, підтверджує це.

Таким чином, десять найбільших ритейлерів за версією Kantar залишились незмінними протягом 2022-2024 років.

Щодо наступних 10 світових мережевих ритейлерів, то спостерігаємо таке:

– незважаючи на продаж латиноамериканських активів, Walgreens Boots Alliance успішно зберегла свою 11-ту позицію на ринку із загальним доходом 117,77 млрд грн;

– завдяки поєднанню форматів німецька Rewe та японська Aeon змогли втримати свої позиції на ринках, де вони конкурують (12 та 22 позиції відповідно) і загальною сумою доходів 73,51 та 68,88 млрд дол. відповідно;

– ринок споживчої електроніки продовжував розвиватися динамічно в останньому кварталі 2023 року, незважаючи на деяке загальне зниження продажів. Компанії-лідери, такі як Apple, продемонстрували стійкість завдяки новим продуктовим лінійкам, а мережі типу Best Buy, Seconomy та Euronics утримали свої позиції серед перших 50. Загальний дохід компанії Apple в 2023 році становив 81,56 млрд дол., що 1,1 відсоткових пункта більше 2022 року;

– вертикально інтегрована компанія з виробництва одягу Inditex досягла успіху на більшості ринків піднявшись на позицію в рейтингу і сумою загального доходу 36,26 тис. грн;

– французький ритейлер Casino, будучи 15-м найбільшим роздрібним гравцем у світі, вирішив змінити свою стратегію і скоротити присутність в Латинській Америці, щоб зосередитися на європейському ринку;

– китайські компанії зіштовхнулися з певними труднощами через пандемію COVID-19 та зміни в регуляторному середовищі Китаю, які суттєво обмежили можливості компаній у сфері фінансових технологій. Процес трансформації фінансової та логістичної сфер діяльності Alibaba негативно позначився на показниках компанії у 2023 році;

– A.S. Watson Group – це глобальний гігант у сфері мережевого ритейлу товарами для здоров'я та краси, який має мережу понад 16 800 магазинів у 29 країнах світу, із коренями в Азії. У 2023 році AS Watson Group досягла значних успіхів, продемонструвавши дохід у 29,76 млрд дол. США. Компанія успішно поєднує традиційну роздрібну торгівлю з інноваційними онлайн-платформами, що дозволяє їй ефективно обслуговувати понад 5,5 млрд клієнтів щорічно;

– Jerónimo Martins успішно розвивав формат великих дисконтних магазинів Atacado в Колумбії і посів 18-ту позицію в рейтингу кращих 20 світових ритейлерів і загальним доходом у 2023 році 29,81 млрд грн.

Таким чином, протягом останніх трьох років роздрібний ритейл пережив масштабну трансформацію. Зміна поведінки споживачів, спричинена пандемією COVID-19, значно активізувала використання онлайн-платформ для покупок. Саме розвиток e-commerce, соціальних мереж та розважальних платформ суттєво впливає на вподобання споживачів та формує нові моделі їхньої поведінки під час покупок.

Події 2022 року, зокрема повномасштабна війна в Україні, інфляція та погіршення економічних умов, суттєво вплинули на роботу виробників, поставальників та роздрібних торговців у всьому світі. Тому 2024 рік став періодом цікавих трансформацій у сфері роздрібногo ритейлу. Хоча ці зміни відрізняються залежно від ринку, певні ключові тенденції характерні для всієї галузі (рис. 2).



Рис. 2. Сучасні тренди світового мережевого ритейлу

Джерело: побудовано авторами за [3; 9; 11; 12].

**1. Зростання електронної комерції.** Зараз кожен третій мешканець планети (33 %) робить онлайн-покупки. Найбільше онлайн-шопінг популярний у Китаї, де його практикують 915,1 млн людей, та США, де ця цифра сягає 270,1 млн. Ринок електронної комерції демонструє стрімке зростання: кількість сайтів електронної комерції у світі перевищила 26,6 млн, що на 3,83 % більше порівняно з попереднім роком. Щоденно у світі з'являється понад 2685 нових онлайн-магазинів, що свідчить про активний розвиток електронної комерції.

Щоб забезпечити ефективне функціонування каналів електронної комерції, необхідно зосередитися на підвищенні зручності для клієнтів. Це передбачає адаптацію сайтів та додатків під мобільні пристрої, використання чатботів для оперативного спілкування з клієнтами, а також забезпечення швидкої доставки замовлень незалежно від місця оформлення покупки.



**2. Омніканальність, унікальний купівельний досвід.** Фізичні магазини трансформуються в омніканальні платформи, що дозволяють клієнтам здійснювати покупки як у магазині, так і онлайн: виділення більшого простору для видачі онлайн-замовлень; оптимізація процесу видачі замовлень за допомогою моделей «drive-thru», що дозволяє зменшити час обслуговування клієнтів. Для успішної роботи в сучасних умовах ритейлерам необхідно активно використовувати мобільні додатки та цифрові каталоги, які роблять процес покупок більш зручним та інтерактивним для клієнтів.

**3. Підвищення ефективності ланцюга поставок.** За допомогою сучасних технологій ритейлери прагнуть оптимізувати логістичні процеси, які дозволяють швидко реагувати на зміни попиту, мінімізувати витрати та забезпечити своєчасну доставку товарів клієнтам.

**4. Надання додаткових сервісів.** Сучасні магазини дедалі більше відходять від традиційної моделі продажів, пропонуючи клієнтам комплексний досвід. Крім основного асортименту товарів, відвідувачі можуть насолодитися чашкою кави в затишній атмосфері, взяти участь в інтерактивних активностях або скористатися іншими додатковими послугами. Ця тенденція до створення багатофункціональних торгових просторів продовжує активно розвиватися.

**5. Сталий розвиток, екологізація та соціальна відповідальність бізнесу.** Сучасні споживачі не просто купують товари, а й обирають бренди, які відповідають їхнім цінностям. Вони віддають перевагу компаніям, які дбають про довкілля, підтримують соціальні ініціативи та діють етично.

**6. Цифровізація E-commerce, використання штучного інтелекту, AR/VR технологій.** Невід'ємною частиною сучасного ритейлу є використання обробки природної мови (natural language processing). Понад 30 млн проданих смартколонки демонструють, що споживачі все частіше використовують голосові помічники для здійснення покупок та отримання інформації про товари та послуги.

Сучасні інструменти на основі штучного інтелекту надають компаніям можливість проводити детальний аналіз ринку, прогнозувати попит на товари та оптимізувати асортимент. Це дозволяє знизити витрати на зберігання товарів, підвищити рівень обслуговування клієнтів та збільшити прибуток. Штучний інтелект дозволяє чатботам функціонувати 24/7, надаючи клієнтам оперативну відповідь на їхні запити. Доповнена та віртуальна реальність (AR та VR) дозволяють покупцям взаємодіяти з товарами в інтерактивному режимі та більш персоналізованим способом. Завдяки мобільним додаткам з технологією доповненої реальності клієнти можуть віртуально приміряти одяг, нанести макіяж та детально ознайомитися з товаром перед покупкою, не виходячи з дому.

**Висновки і пропозиції.** Світовий ритейл сьогодні розвивається в умовах постійних трансформацій, але водночас характеризується загальною тенденцією до зростання. Постійне зростання та розвиток глобальних роздрібних мереж, що супроводжується впровадженням інноваційних технологій

та розширенням спектру послуг, призводить до підвищення конкуренції на ринку. Це змушує світових мережевих ритейлерів постійно шукати нові способи залучення клієнтів, розробляти нові формати торгових точок та адаптувати свої бізнес-моделі до нових умов. Особливо відчутний тиск глобальних мереж на національні роздрібні мережі, які змушені постійно змінюватися, щоб залишатися конкурентоспроможними.

У сучасних умовах великим мережам недостатньо просто існувати – необхідно постійно розвиватися, адаптуватися до нових трендів та швидко реагувати на зміни ринку. Для цього бізнес повинен бути гнучким та використовувати сучасні ІТ-рішення.

Глобальні тренди диктують нові правила для ритейлу: соціальна відповідальність, висока ефективність ланцюга поставок, омніканальність, екологічність, поглиблення цифровізації та стають необхідними умовами для успіху бізнесу.

### Список використаних джерел

1. Антонюк Я. М. Тенденції розвитку ритейлу в Україні / Я. М. Антонюк, І. М. Шиндировський // Підприємництво і торгівля. – 2019. – Вип. 24. – С. 22–30.
2. Богородицька Г. Є. Тенденції розвитку ритейлу: вітчизняний та зарубіжний досвід / Г. Є. Богородицька, А. В. Гриценко, А. В. Філоненко // Держава та регіони. – 2021. – № 1 (118). – С. 12-16.
3. Глобальна електронна комерція: ключові цифри та тренди e-commerce 2024 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://rau.ua/novyni/trendi-e-com-2024/>.
4. Ковальська Л. Л. Мережевий ритейл: сутність та особливості розвитку у воєнний період / Л. Л. Ковальська, А. В. Дмитрук // Економічний форум. – 2023. – № 4. – С. 3–9.
5. Ковальчук С. Аналіз стану та трансформацій роздрібногo ритейлу: світові тренди та український сегмент / С. Ковальчук // Innovation and Sustainability. – 2024. – № 1. – С. 120–132.
6. Кращі в світі: топ-20 торгових мереж світу за виручкою і міжнародним доходом 2023 (інфографіка). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://rau.ua/novyni/top-20-torgovih-merezh-2023/>.
7. Наумова Т. Трансформація ринку мережевого ритейлу України в умовах глобальних криз та війни [Електронний ресурс] / Т. Наумова, Л. Кирильєва, Я. Лемешко // Економіка та суспільство. – 2023. – № 56. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-56-136>.
8. Поручинська І. В. Сучасні тенденції розвитку мережевого ритейлу: український та світовий досвід / І. В. Поручинська, В. І. Поручинський, А. М. Слащук // Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Економічні науки. – 2023. – № 2 (69). – С. 60–65.
9. Тенденції технологій в Retail на 2023 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://wezom.com.ua/ua/blog/tendentsiyi-tehnologiy-v-retail-na-2023-rik>.
10. Топ-20 торгових мереж світу за виручкою і міжнародним доходом 2023 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ua-retail.com/2023/03/top-20-torgovih-merezh-svitu-za-viruchkoju-i-mizhnarodnim-doxodom-2023/>.
11. Тренди та тенденції українського ритейлу у 2024 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://thepage.ua/ua/experts/chim-zhitime-ukrayinskij-ritejl-u-2024-roci>.
12. Тренди ритейлу 2023 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.c4r.eu/ukr/blog/trendy-riteyla/trendy-riteyla-2023/>.

14. Amazon now employs more than 1 million people [Electronic resource]. – Accessed of mode: <https://www.washingtonpost.com/technology/2020/10/29/amazon-hiring-pandemic-holidays/>.

15. Dieter Schwarz Stiftung [Electronic resource]. – Accessed of mode: <https://gruppe.schwarz/en#Highlights>.

16. Social commerce: The future of how consumers interact with brands [Electronic resource]. – Accessed of mode: <https://www.mckinsey.com/capabilities/growth-marketing-and-sales/our-insights/social-commerce-the-future-of-how-consumers-interact-with-brands>.

17. Top 50 Global Retailers 2022 [Electronic resource] – Accessed of mode: <https://nrf.com/research-insights/top-retailers/top-50-global-retailers/top-50-global-retailers-2022>.

18. Top 50 Global Retailers 2023 [Electronic resource]. – Accessed of mode: <https://nrf.com/research-insights/top-retailers/top-50-global-retailers/top-50-global-retailers-2023>.

19. Top 50 Global Retailers 2024 [Electronic resource] – Accessed of mode: <https://nrf.com/research-insights/top-retailers/top-50-global-retailers/top-50-global-retailers-2024>.

### References

1. Antoniuk, Ya.M. & Shyndyrovskiy, I.M. (2019) Tendentsii rozvytku ryteilu v Ukraini [Retail development trends in Ukraine]. *Pidpriemnytstvo i torhivlia – Entrepreneurship and trade*, (24), 22-30.

2. Bohorodytska, H.Ie., Hrytsenko, A.V. & A.V. Filonenko (2021) Tendentsii rozvytku ryteilu: vitchyzniani ta zarubizhnyi dosvid [Retail development trends: domestic and foreign experience]. *Derzhava ta rehiony – State and regions*, (1 (118)), 12-16.

3. Hlobalna elektronna komertsii: kliuchovi tsyfry ta trendy e-commerce [Global e-commerce: key figures and e-commerce trends]. (2024) <https://rau.ua/novyni/trendi-e-com-2024>.

4. Kovalska, L. L. & Dmytruk A. V. (2023). Merezhevyi ryteil: sutnist ta osoblyvosti rozvytku u voiennyi period [Network retail: essence and peculiarities of development in the wartime period]. *Ekonomichnyi forum – Economic Forum*, (4), 3–9.

5. Kovalchuk, S. (2024) Analiz stanu ta transformatsii rozdribnoho ryteilu: svitovi trendy ta ukraïnskyi sehment [Analysis of the state and transformations of retail: global trends and the Ukrainian segment]. *Innovation and Sustainability*, (1), 120–132.

6. Krashchi v sviti: top-20 torhovykh merezh svitu za vyruchkoïu i mizhnarodnym dokhodom (2023) (infografika) [The best in the world: top 20 retail chains in the world by revenue and international income 2023 (infographics)]. <https://rau.ua/novyni/top-20-torgovih-merezh-2023>.

7. Naumova, T. A., Kyrylieva, L. O. & Lemeszko, Ya. I. (2023). Transformatsiia rynku merezhevoho ryteilu Ukrainy v umovakh hlobalnykh kryz ta viiny [Transformation of Ukraine network retail market in the conditions of global crises and war]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and society*, (56). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-56-136>.

8. Poruchynska, I. V., Poruchynska, I. V. & Slashchuk, A. M. (2023) Suchasni tendentsii rozvytku merezhevoho ryteilu: ukraïnskyi ta svitovi dosvid [Modern trends in the development of network retail: Ukrainian and global experience]. *Naukovi pratsi Mizhrehionalnoi akademii upravlinnia personalom. Ekonomichni nauky – Scientific works of the Interregional Academy of Personnel Management. Economic Sciences*, (2(69)). <http://journals.maup.com.ua/index.php/economics/article/view/2496/2965>.

9. Tendentsii tekhnolohii v Retail na 2023 rik [Retail Technology Trends for 2023]. <https://wezom.com.ua/ua/blog/tendentsiyi-tehnologiy-v-retail-na-2023-rik>.

10. Top-20 torhovykh merezh svitu za vyruchkoïu i mizhnarodnym dokhodom 2023 [Top 20 retail chains in the world by revenue and international income 2023]. <https://ua-retail.com/2023/03/top-20-torgovix-merezh-svitu-za-viruchkoyu-i-mizhnarodnim-dokhodom-2023>.

11. Trendy ta tendentsii ukraïnskoho ryteilu u 2024 rotsi [Trends and tendencies of Ukrainian retail in 2024]. (2024). <https://thepage.ua/ua/experts/chim-zhitime-ukrayinskij-ritejl-u-2024-roci>.

12. Trendy ryteilu 2023 [Retail trends 2023]. <https://www.c4r.eu/ukr/blog/trendy-riteyla/trendy-riteyla-2023/>
13. Ahold, Delhaize complete merger agreement. (2015). <https://www.supermarket-news.com/ahold-delhaize-merger/ahold-delhaize-complete-merger-agreement>.
14. Amazon now employs more than 1 million people. (2020). <https://www.washingtonpost.com/technology/2020/10/29/amazon-hiring-pandemic-holidays/>.
15. Dieter Schwarz Stiftung. <https://gruppe.schwarz/en#Highlights>.
16. Social commerce: The future of how consumers interact with brands. (2022). <https://www.mckinsey.com/capabilities/growth-marketing-and-sales/our-insights/social-commerce-the-future-of-how-consumers-interact-with-brands>.
17. Top 50 Global Retailers 2022. (2022). <https://nrf.com/research-insights/top-retailers/top-50-global-retailers/top-50-global-retailers-2022>.
18. Top 50 Global Retailers 2023. (2023)ю <https://nrf.com/research-insights/top-retailers/top-50-global-retailers/top-50-global-retailers-2023>.
19. Top 50 Global Retailers 2024. (2024). <https://nrf.com/research-insights/top-retailers/top-50-global-retailers/top-50-global-retailers-2024>.

Отримано 06.12.2024

UDC 658.6:339.3

### **Larysa Mekh**

PhD in Economics, Associate Professor of Department of Economics and Management  
T.H. Shevchenko National University «Chernihiv Colehium» (Chernihiv, Ukraine)  
**E-mail:** [mehlarisa@gmail.com](mailto:mehlarisa@gmail.com). **ORCID:** <https://orcid.org/0000-0002-4418-7036>

### **Maryna Kondrashova**

PhD in Public Administration, Associate Professor of Department of Economics and Management  
T.H. Shevchenko National University «Chernihiv Colehium» (Chernihiv, Ukraine)  
**E-mail:** [kondrashova1210@ukr.net](mailto:kondrashova1210@ukr.net). **ORCID:** <https://orcid.org/0009-0003-0206-6185>

### **Olga Shevchenko**

PhD in Economics, Associate Professor of Department Mathematics  
T. H. Shevchenko National University «Chernihiv Colehium» (Chernihiv, Ukraine)  
**E-mail:** [shevchenko\\_olya@ukr.net](mailto:shevchenko_olya@ukr.net). **ORCID:** <https://orcid.org/0000-0003-3439-2631>

## **ANALYSIS OF CURRENT TRENDS OF GLOBAL NETWORK RETAIL**

*The article is devoted to analyzing modern trends in global network retail. A review of scientific works examining retail development trends has been conducted. The study analyzed the TOP-20 global retailers, identifying changes in their total revenue and rankings for 2022–2024. Despite maintaining its leadership position since 2003, Walmart faces increasing competition from giants such as Amazon, Schwarz Group, Aldi, and Costco, which are actively expanding their global market presence.*

*It has been determined that over the past three years, retail has undergone a large-scale transformation. Consumer behavior changes driven by the COVID-19 pandemic have significantly accelerated the use of online shopping platforms. The development of e-commerce, social media, and entertainment platforms greatly influences consumer preferences and shapes new shopping behavior models.*

*It was outlined that the continuous growth and development of global retail networks, accompanied by the implementation of innovative technologies and an expansion of service offerings, leads to increased market competition. This forces global network retailers to constantly seek new ways to attract customers, develop new store formats, and adapt their business models to new conditions. The pressure from global networks on national retail chains is particularly noticeable, requiring them to continuously evolve to remain competitive.*

*It was noted that in modern conditions, it is not enough for major networks to simply exist—they must constantly develop, adapt to new trends, and quickly respond to market changes. To achieve this, businesses must be flexible and utilize modern IT solutions. It was established that global trends dictate new rules for retail: the growth of e-commerce, omnichannel strategies, high supply chain efficiency, social responsibility, sustainability, deeper digitalization, and the use of artificial intelligence and AR/VR technologies. These factors are becoming essential for business success.*

**Keywords:** retail; network retail; trends; e-commerce; digital technologies; artificial intelligence; omnichannel.

*Fig.: 2. Table: 1. References: 19.*