

## ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО КЛАСТЕРУ В ПЕРІОД ЦИФРОВИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ ЕКОНОМІКИ

### ORGANIZATIONAL ASPECTS OF TRADE CLUSTER ACTIVITY UNDER THE ECONOMY DIGITAL TRANSFORMATIONS

*У статті досліджено теоретичні та практичні особливості формування та реалізації діяльності торговельного кластеру в умовах цифрових трансформацій. Визначено, що торговельний кластер являє собою складну мегафункціональну систему взаємодії зацікавлених сторін (стейкхолдерів), а його функціонування спрямоване на забезпечення умов реалізації сталого соціально-економічного розвитку. Для підвищення дієвості кластеру запропоновано інфологічну модель торговельного кластеру. Доведено, що модель дозволить стимулювати розвиток організаційно-кваліфікаційного потенціалу його учасників, забезпечити широкі інтегративні можливості кластеру. З'ясовано, що однією з головних проблем формування та розвитку кластеру є відсутність належних комунікацій між наукою, бізнесом та владою. Запропоновано організаційну модель цифрового комунікаційного зв'язку між стейкхолдерами торговельного кластеру.*

**Ключові слова:** кластер, кластерний підхід, організація, колаборація, торгівля, стейкхолдери, модель, цифровізація, ризики.

*The theoretical and practical features of the trade cluster's formation and implementation under the digital transformations are researched in the research paper. It is determined that the trade cluster is complex megafunctional system of interaction between stakeholders, and its operation is aimed at the sustainable social and economic development conditions providing. The paradigmatic and missionary basis of the trade cluster is initiated by the digital economy conditions, respectively – from the innovative approaches and technologies introduction to the trade cluster methodological basis formation for providing its emergent properties creation. The infographic model of the trade cluster is proposed for cluster efficiency increasing; its architecture consists of three interconnected blocks: input information block; organizational and technological block and trade cluster results block. It is proved that the model allows stimulating the development of organizational and qualification potential of its members, providing broad integrative opportunities of the cluster for new stakeholders attracting, increasing their efficiency and strengthening its diversification through transparent communication relations, which are provided by digital interactivity, which in turn allows enhancing investment attractiveness of the trade cluster and its broad support. It is found that one of the main problems of cluster formation and development is the lack of proper communication between science, business and government, so for creating preconditions of trade cluster effective operation the organizational model of digital communication between trade cluster stakeholders is proposed, which allows organizing and grouping communication effective channels between cluster formation stakeholders for its work effective implementation and the strategic goal achieving – emergence effect creation due to the cluster system megafunctionality.*

**Key words:** cluster, cluster approach, organization, collaboration, trade, stakeholders, model, digitization, risks.

УДК 658:004.9

DOI: <https://doi.org/10.32782/bses.77-16>

**Чміль Г.Л.**

д.е.н., доцент,  
професор кафедри маркетингу,  
управління репутацією  
та клієнтським досвідом,  
Державний біотехнологічний університет

**Chmil Hanna**

State Biotechnological University

**Постановка проблеми.** Світова практика підтверджує, що одним із сучасних векторів розвитку соціально-економічної галузі сьогодні є кластерний підхід до її управління, оскільки високий рівень якості взаємодії суб'єктів господарювання в актуальному ринковому середовищі може бути досягнений за умов достатньої кількості зацікавлених осіб у спеціально організованій інформаційній та комунікаційній інфраструктурі. Враховуючи, що сьогодні торговельна галузь займає найбільшу частку ВВП серед галузей (14% у 2020 р.) [6], постаючи драйвером національної економіки, актуалізується проблема формування якісно нового рівня конкурентоспроможності підприємств торгівлі та здійснення їх діяльності в умовах активної цифровізації економіки. У цьому контексті набуває перспективного значення формування колабораційних відносин підприємств торгівлі зі стратегічно важливими зацікавленими сторонами сталого економічного та суспільного розвитку країни, формалізація яких набуває втілення у вигляді торговельного кластеру.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Тема кластеризації є доволі популярною серед наукової спільноти і що стосується визначення суті. Разом із тим проблемам формування кластерних утворень у сфері торгівлі присвячено небагато праць. О. І. Гончар та І. О. Подолян [5] узагальнюють теоретичні та практичні аспекти створення кластерів, як сучасного напрямку розвитку підприємства. С. О. Зубков [7] висвітлює результати дослідження особливостей торговельних кластерів як одного з напрямків стратегії розвитку підприємств торгівлі. Праці О. В. Королевої [9] присвячено дослідженню факторів розвитку торговельних кластерів. А. А. Шарф [12] розглядає особливості формування кластерних утворень у торгівлі. Враховуючи внесок наукової спільноти у вивчення теоретичних та практичних засад формування торговельних кластерів, актуальним вбачається поглиблення досліджень комплексного характеру з урахуванням умов цифрових трансформацій.

**Постановка завдання.** Метою статті є дослідження організаційних аспектів формування та

діяльності торговельних кластерів в період цифрових трансформацій задля диверсифікації векторів сталого соціально-економічного розвитку.

**Виклад основного матеріалу дослідження.**

Активізація цифрової трансформації економіки все більше здійснює вплив на діяльність бізнес-структур, розвиток яких в умовах глобалізації пов'язаний зі створенням та дієвим функціонуванням кластерів (від англ. «cluster» – гроно, рій, група, скупчення або зростати разом). В загальному вигляді поняття «кластер» розглядають як «групу, мережу, добровільне об'єднання взаємопов'язаних постачальників, виробників, споживачів, поєднаних активними каналами для бізнес-транзакцій, комунікацій та діалогу, які поділяють спеціалізовану інфраструктуру, робочі ринки та послуги, співпрацюють із науковими (освітніми) установами, громадськими об'єднаннями та органами місцевого самоврядування та державної влади, мають спільні можливості або загрози» [4]. Кластер забезпечує повний життєвий цикл продукції (товару) – від виробництва до реалізації, та дозволяє підвищити активність та конкурентоспроможність кожного з учасників групи, взаємодоповнювати один одного, ефективно працювати за розробленою стратегією, підтримувати налагоджені партнерські зв'язки в межах визначеної території. Саме функціональні можливості кластеру мотивують учасників споживчого ринку до зміни простору функціонування бізнес-структур в бік об'єднання та формування кластерів.

В сучасному економічному середовищі існують різні види кластерів в залежності від цілей, галузевої специфіки, регіону (промислові, регіональні промислові, агропромислові, логістичні, туристичні кластери тощо). Сфера торгівлі, яка покликана задовольняти вимоги споживачів, формує свої дієві кластери. Торговельний кластер – це географічно локалізована структурно упорядкована форма добровільної інтеграції взаємодіючих незалежних торговельних компаній і асоційованих суб'єктів господарювання, що характеризуються активним залученням до реалізації продукції, наявністю погодженої стратегії розвитку, спрямованої на реалізацію цілей кожного із учасників та завдяки синергічному ефекту зростанням індивідуальної конкурентоспроможності, а також обумовлює істотну соціально-економічну значимість для регіону [5].

Торговельний кластер являє собою складну мегафункціональну систему взаємодії зацікавлений сторін (стейкхолдерів), а його функціонування спрямоване на забезпечення умов реалізації сталого соціально-економічного розвитку. Парадигмально-місійна основа торговельного кластеру започаткована умовами цифрової економіки, відповідно – впровадженням інноваційних підходів та технологій до формування методологічного базису

торговельного кластеру для забезпечення створення його емерджентних властивостей. У цьому контексті пропонуємо до використання інфологічну модель торговельного кластера в умовах цифровізації економіки, наведену на рисунку 1.

Зазначена модель дозволить стимулювати розвиток організаційно-кваліфікаційного потенціалу його учасників, забезпечити широкі інтегративні можливості кластеру для залучення нових стейкхолдерів, підвищити ефективність їх діяльності та зміцнити її диверсифікацію за рахунок прозорих комунікаційних зв'язків, забезпечених інтерактивністю цифровізації, що в свою чергу уможливило умови для посилення інвестиційної привабливості торговельного кластеру та його широкої підтримки.

Відтак, архітектура запропонованої моделі складається з трьох взаємопов'язаних блоків: вхідного інформативного блоку; організаційно-технологічний блок та блок результатів діяльності торговельного кластеру.

Розглядаючи вхідний інформативний блок торговельного кластеру, відзначимо, що він є фундаментальною цеглиною побудови ядра кластеру і від врахування його складових стейкхолдерами буде залежати подальша ефективність діяльності кластеру. Відтак, функціональна структура першого блоку складається з визначення чинників формування кластеру, констатації його функцій і завдань, встановлення принципів кластерного утворення, а також обґрунтування норм законодавчої бази, яка регулює процеси формування та реалізації діяльності кластеру.

Відзначимо слушність думок О. В. Королевою щодо виокремлення наступних чинників впливу на формування торговельного кластеру: відтворювальний характер торгівлі в системі ринкових відносин / місце у відтворювальному процесі; ринкове середовище та його розвиток; незбалансованість ринку; дефіцит власних оборотних коштів; стан фінансово-банківської системи і взаєморозрахунків; розвиток економічної теорії транзитивної економіки; державна економічна політика; регіональна політика; торговельна політика; інституційний розвиток; розвиток та імплементація інформаційних технологій; характер динаміки внутрішніх і зовнішніх інвестицій; етика та культура вітчизняного підприємництва [9]. Проте, на наш погляд, такий перелік чинників формування торговельного кластеру є неповним, оскільки не враховує фундаментального аспекту, а саме – актуального рівня споживчої влади на ринку регіону. Окремий вплив на формування кластерного утворення має актуальна нормативна законодавча база та фінансово-інвестиційні ресурси, які є у розпорядження кластеру.

Процес кластеризації набув широкого визнання у світі як драйвер диверсифікації економіки за рахунок розвитку конкурентоспроможності, залу-

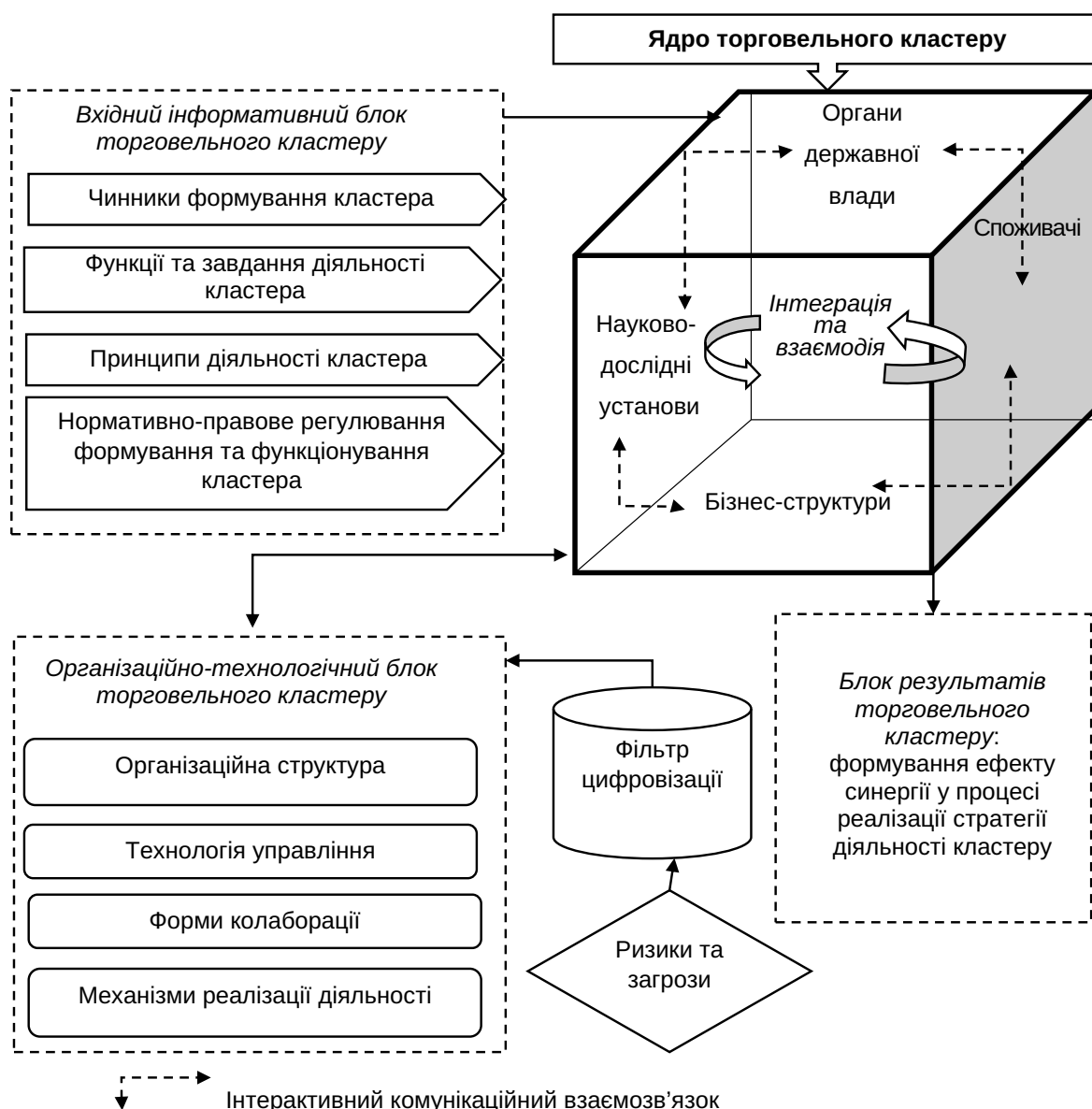


Рис. 1. Інфологічна модель торговельного кластеру

Джерело: власна розробка автора

чення інвестиційних коштів, створенні та імплементації інноваційних технологій. Функціональна спрямованість торгового кластера передбачає орієнтацію його на вирішення соціальної функції – задоволення потреб населення в товарах і послугах шляхом обміну одних благ (грошей) на інші (товари і послуги). Погоджуємось з Ю. Б. Шпильовою, що кластер дає «можливість для бізнесу і для регіону розвиватись не по інерції» [13]. В рамках реалізації поставленої мети основними завданнями політики торговельного кластеру є:

- забезпечення найсприятливіших умов учасникам кластеру – виробничим підприємствам і іншим суб'єктам товарного ринку для здійснення раціонального товарного обігу з метою якомога повнішого задоволення попиту споживачів та підприємств роздрібною торгівлі в зручний для них

час, у необхідній кількості та якості й потрібному асортименті [5];

- підвищення стану соціально-економічного розвитку регіону та країни в цілому (шляхом поліпшення інфраструктури, створення нових робочих місць, збільшення надходжень до бюджету у вигляді податків);

- сприяння провадженню торговельними підприємствами зовнішньоекономічної діяльності та реалізації багатонаціональних маркетингових проектів;

- підвищення попиту на продукцію вітчизняного виробництва;

- формування ефективного інтерактивного комунікаційного зв'язку між учасниками кластеру;

- стимулювання співробітництва між учасниками кластеру;

- підвищення якості управління на підприємствах;
- підвищення ефективності системи професійної та безперервної освіти.

Дослідження методичних розробок з питань діяльності кластерних утворень свідчить, що в їх основі лежать засади теорії економічної ефективності [4]. Дійсно, принципи формування кластеру за своєю суттю та структурою повинні, на нашу думку, узгоджуватись з програмою розвитку підприємств торгівлі на трьох рівнях – національному, регіональному та місцевому, оскільки таким чином безпосередньо відбувається розвиток конкурентоспроможності галузі, що дозволяє виконувати встановлену мету, функції та завдання кластерного утворення [8; 11]. При цьому принципи національного та регіонального рівня будуть носити більш інституціональний характер, а локальні – прикладний. До національних та регіональних принципів формування кластерних утворень ми відносимо принципи: інноваційності, цифровізації, інтернаціональності, інклюзії, взаємодоповнення, здійснення конкуренції та кооперації, синергії та емерджентності.

Водночас більш детально доцільно звернути увагу на принципи третього, локального рівня, зокрема це: 1) створення інформаційної прозорості діяльності; 2) удосконалення процесів впровадження нових технологій і обладнання; 3) створення єдиних умов діяльності для всіх учасників кластера; 4) підвищення кваліфікації персоналу; 5) соціальний захист персоналу [12]; 6) децентралізація; 7) низьке адміністративне навантаження.

Отже, очевидно, що центроутворюючим ядром та основою кластерного утворення виступають торговельні підприємства, які безпосередньо задовольняють потреби споживчого ринку у товарах та послугах. Функціональна колаборація кластеру у форматі довгострокового співробітництва відбувається між зацікавленими особами сталого соціально-економічного розвитку ринку (стейкхолдерами), зокрема – органами державної влади та управління, науково-дослідними установами, у тому числі закладами вищої освіти, громадськими організаціями, фінансовими інститутами, а також пов'язаними зі сферою торгівлі галузями. Відтак, партнерські відносини всередині торговельного кластеру, наявність каналів формування знань за рахунок чинної наукової бази, стимулюють інновації та сприяють розвитку прогресивних технологій. У цьому контексті, враховуючи турбулентність зовнішнього середовища, соціально-економічну та політичну нестабільність, набуває першочергового значення інтеграція торговельного кластеру та політики його діяльності до інформаційного середовища сучасної цифрової економіки, технології якої дозволяють створити ефективну основу розвитку системи державного управління, економіки, бізнесу, соціальної сфери.

Однак, зауважимо, що однією з головних проблем формування та розвитку кластеру є відсутність належних комунікацій між наукою, бізнесом та владою. Дійсно, не дивлячись на географічну близькість, стейкхолдери часто не мають змоги обмінюватись інформацією вчасно та у повному обсязі, що апріорі позначається на зниженні ефективності роботи кластерного утворення, взаєморозумінні та узгодженості дій зацікавлених сторін, крім того, сьогодні визначальну роль у розробці дієвої комунікаційної політики відіграє фактор пандемії COVID-19 та карантинних заходів, зумовлених нею. З цієї метою на рисунку 2 наведено розроблену та побудовану організаційну модель цифрового комунікаційного зв'язку між стейкхолдерами торговельного кластеру, яка дозволяє організувати та угрупувати ефективні канали комунікації між стейкхолдерами кластерного утворення з метою результативної реалізації його роботи та досягнення стратегічної мети – створення ефекту емерджентності за рахунок мегафункціональності системи кластеру.

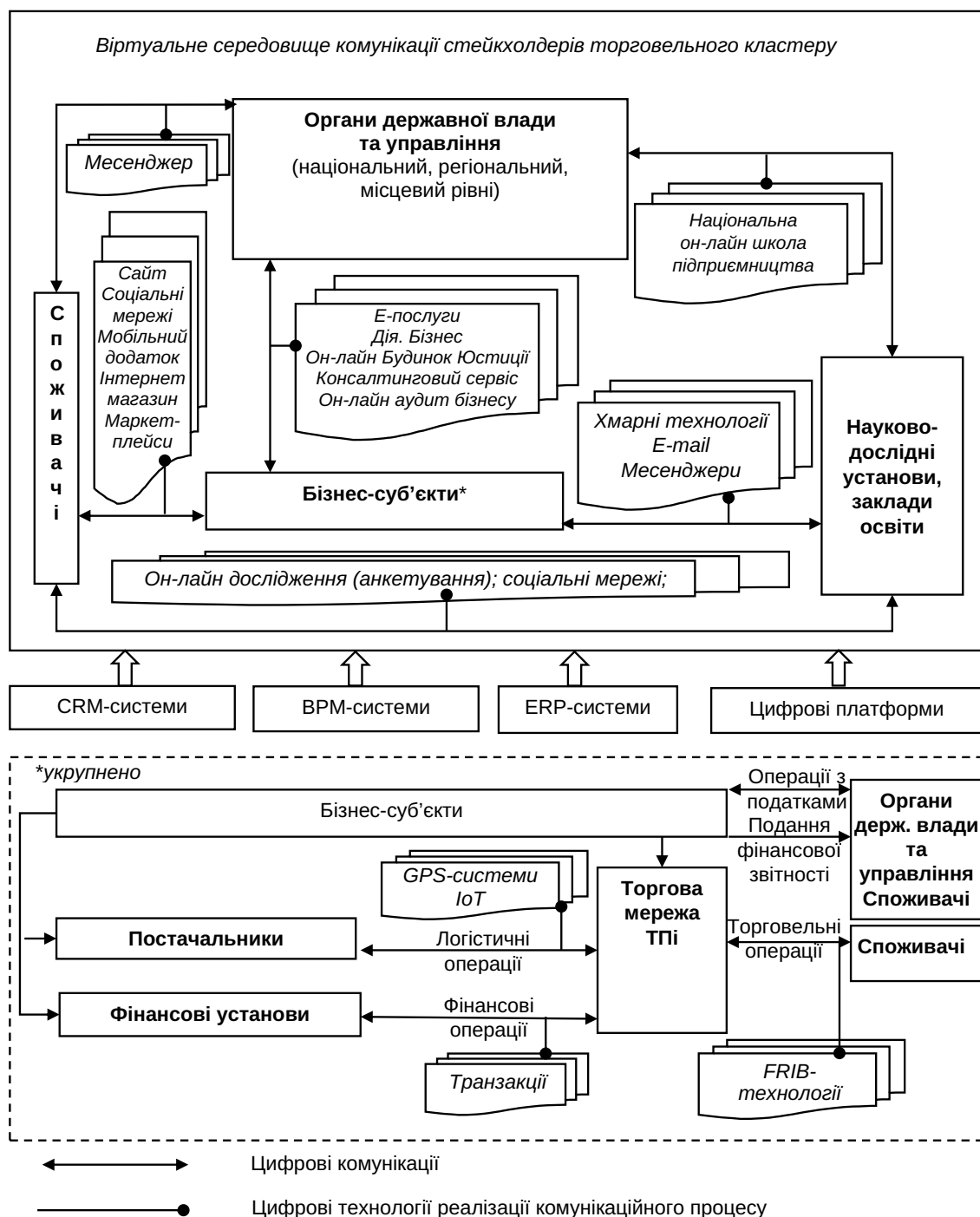
Таким чином, конвергенція торговельного кластеру можлива за умов імплементації відповідних інформаційних технологій у систему взаємопов'язаних комунікаційних зв'язків.

Архітектура організаційно-технологічного блоку торговельного кластеру запропонованої моделі відповідає за адаптацію його сформованої політики на першому етапі і складається з елементів: побудова організаційної структури; визначення технології управління кластерним утворенням; узгодження форм колаборації; формулювання механізмів здійснення діяльності.

Однак, у цьому контексті посилюється вплив на діяльність торговельного кластеру як внутрішнього, так і зовнішнього середовища, зокрема загроз та пов'язаних із ними ризиків, а саме – відсутність проактивної позиції держави щодо управління розвитком торгівлі; низький рівень поінформованості населення регіону про роботу кластеру та проблем розвитку сучасних торговельних відносин; нецільове та неефективне використання інвестованих фінансових ресурсів.

Також підтримуємо думку О. В. Орлова-Курилової, що блоком до появи позитивного ефекту діяльності кластеру є «наявність у галузі домінуючої (бюджетоутворюючої, високо конкурентної) компанії, яка візьме під контроль інших учасників кластеру та фактично узурпує владу, диктуючи та нав'язуючи іншим суб'єктам підприємницької діяльності свої «правила гри» [10].

Окрім зазначених проблем слід також наголосити на можливості кібератак на інформаційну систему торговельного кластеру, які створюють деструктивний та дестабілізуючий вплив на результати його роботи, зокрема – крадіжка бази даних клієнтів; крадіжка конфіденційних банківських даних; фінансові збитки; отримання несанк-



**Рис. 2. Організаційна модель цифрового комунікаційного зв'язку між стейкхолдерами торговельного кластеру**

*Джерело: власна розробка автора*

ціонованого доступу до внутрішніх документів кластеру; руйнування інформаційної мережі або видалення певних транзакцій; саботаж операційних процесів кластеру, а саме – атаки DoS, віруси, спам-файли, троянські коні.

Враховуючи зміну простору функціонування бізнес-суб'єктів, зокрема появу маркетплейсів, зазначені кібератаки на торговельні кластери набувають значних масштабів та руйнівних резуль-

татів, які можуть мати своєю метою шантаж стейкхолдерів кластеру або його окремих суб'єктів.

З метою мінімізації, а за сприятливих умов – ліквідації зазначених проблем пропонуємо інтегрувати у діяльність торговельного кластеру фільтр цифровізації, який створить базис для побудови в кластері системи безпеки – економічної, інтелектуальної, правової. Таким цифровим фільтром виступає спеціалізоване програмне забезпечення

з управління ризиками, широко визнаними представниками з яких сьогодні є:

1. SAS Risk Management (SAS) [3] – у своєму функціоналі має відкрите середовище управління ризиками шляхом створення єдиного інформаційного поля для управління ризик-інструментами, що відповідає вимогам регулятора і дозволяє знизити рівень ризику за рахунок проактивного і систематизованого управління, здатного до модифікації, тобто адаптації програмного забезпечення до умов роботи торговельного кластеру;

2. ITRM (IT Risk Manager) [2] – призначена для оцінки і управління ризиками інформаційної безпеки відповідно до вимог та рекомендацій міжнародних стандартів.

3. 1С:Підприємство 8. Управління Проектним Офісом [1] – дозволяє здійснити: ідентифікацію ризиків проекту; оцінку ризиків проекту; планування заходів по роботі з ризиками; фіксацію звернення ризиків; моніторинг управління ризиками проекту.

Одночасно із тим варто зазначити, що відповідне програмне забезпечення може розроблятися суто стейкхолдерами торговельного кластеру, оскільки інтеграція науково-дослідних та освітніх закладів створює підґрунтя для ефективної розробки та реалізації стратегічних векторів цифровізації в системі торговельного кластеру.

#### Висновки з проведеного дослідження.

Таким чином, торговельний кластер в умовах цифровізації являє собою складну мегафункціональну систему взаємодії зацікавлених сторін (стейкхолдерів), а його функціонування спрямоване на забезпечення умов реалізації сталого соціально-економічного розвитку.

Запропоновані положення формування торговельного кластеру дозволять розширити розвиток торгівлі в Україні завдяки реалізації диверсифікованої мультистратегії – торговельної, економічної, соціальної, наукової, та забезпечать формування ефекту синергії шляхом розкриття потенціалу стейкхолдерів кластеру, використовуючи технології цифрової економіки. Формуючи діяльність кластеру необхідно враховувати ризики та загрози, які виникають при використанні інформаційно-комунікаційних технологій. Дієвому функціонуванню кластеру в умовах інтерактивності цифровізації сприятиме розроблена організаційна модель цифрового комунікаційного зв'язку між стейкхолдерами торговельного кластеру, яка дозволить стимулювати розвиток потенціалу його учасників, забезпечити широкі інтегративні можливості кластеру для залучення нових стейкхолдерів та зміцнити її диверсифікацію за рахунок прозорих комунікаційних зв'язків. Разом із тим подальших досліджень потребують мотиваційні та ресурсні детермінанти залучення стейкхолдерів до роботи торговельного кластеру з метою сталого соціально-економічного розвитку.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. 1С:Підприємство 8. Управління Проектним Офісом. URL: <https://expresssoft.com.ua/uk/pm-upravlinnja-proektami-avtomatizacija-upravlinnja-proektami-na-pidpriemstvah> (дата звернення: 06.12.2021).

2. ITRM (IT Risk Manager). Система автоматизації управління ризиками інформаційної безпеки. URL: <https://techexpert.ua/ru/it-solutions/avtomatizatsiya-upravleniya-riskami-ib-itrm/> (дата звернення: 09.05.2022).

3. SAS. Аналітика в ритейле. URL: [https://www.sas.com/ru\\_ua/industry/retail.html](https://www.sas.com/ru_ua/industry/retail.html) (дата звернення: 06.02.2022).

4. Буянова М. Э., Дмитриева Л. В. Оценка эффективности создания региональных инновационных кластеров. *Вестник Волгоградского государственного университета*. 2012. № 2. С. 54–62.

5. Гончар О. І., Подолян І. О. Кластеризація як сучасний напрям розвитку торговельного підприємництва в Україні. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2017. № 6 (2). С. 257–261.

6. Державна служба статистики. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 07.03.2022).

7. Зубков С. О. Торговельний кластер в стратегіях розвитку підприємств торгівлі. *Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Економіка і менеджмент»*. 2019. Вип. 3 (81). С. 155–159.

8. Кацена Н. Б., Чміль Г. Л. Концептуальні основи оцінки вартості капіталу підприємств роздрібно торгівлі. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2012. Вип. 2. С. 38–45.

9. Королева О. В. Факторы развития торгового кластера региона. *Современные технологии управления*. 2016. № 11 (71). С. 52–61.

10. Орлова-Курилова О. В. Переваги та недоліки функціонування кластерів у сучасній економіці. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2020. № 3 (77)-1. С. 55–61.

11. Чміль Г. Л. Комплексна оцінка ефективності комерційної діяльності підприємств роздрібно торгівлі. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2018. Т. 29 (68). № 4. С. 117–122.

12. Шарф А. А. Особенности формирования кластерных структур в торговле. *Современные научные исследования и инновации*. 2014. № 4. Ч. 1. URL: <https://web.snauka.ru/issues/2014/04/33802> (дата звернення: 09.12.2021).

13. Шпильова Ю. Б. Кластеризація у сфері торгівлі як основа підвищення її ефективності. *Стратегія економічного розвитку України*. 2009. Вип. 24–25. С. 148–151.

#### REFERENCES:

1. 1S:Pidpriemstvo 8. Upravlinnia Proektnym Ofisom. Available at: <https://expresssoft.com.ua/uk/pm-upravlinnja-proektami-avtomatizacija-upravlinnja-proektami-na-pidpriemstvah/> (accessed 06 December 2021). (in Ukrainian)

2. ITRM (IT Risk Manager). Systema avtomatyzatsyy upravleniya ryskamy ynformatsyonnoi bezopasnosti. Available at: <https://techexpert.ua/ru/it-solutions/avtomatizatsiya-upravleniya-riskami-ib-itrm/> (accessed 09 May 2022). (in Russian)
3. SAS. Analytyka v ryteile. Available at: [https://www.sas.com/ru\\_ua/industry/retail.html](https://www.sas.com/ru_ua/industry/retail.html) (accessed 06 February 2022). (in Russian)
4. Buianova M. E., Dmytryeva L. V. (2012) Otsenka effektivnosti sozdaniya rehyonalnykh ynnovatsyonnykh klasterov [Evaluation of the effectiveness of creating regional innovation clusters]. *Vestnyk Volhohrads'koho hosudarstvennogo unyversyteta*, no. 2, pp. 54–62. (in Russian)
5. Honchar O. I., Podolian I. O. (2017) Klasteryzatsiia yak suchasnyi napriam rozvytku torhovelnogo pidpriemnytstva v Ukraini [Clustering as a modern direction of trade entrepreneurship development in Ukraine]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnogo unyversytetu. Ekonomichni nauky*, no. 6 (2), pp. 257–261. (in Ukrainian)
6. Derzhavna sluzhba statystyky [State Statistics Service]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 07 March 2022). (in Ukrainian)
7. Zubkov S. O. (2019) Torhovelni klaster v stratehiakh rozvytku pidpriemstv torhivli [Trade cluster in the development strategies of trade enterprises]. *Visnyk Sumskoho natsionalnogo ahrarnoho unyversytetu. Seriia «Ekonomika i menedzhment»*, no. 3 (81), pp. 155–159. (in Ukrainian)
8. Kashchena N. B., Chmil H. L. (2012). Kontseptualni osnovy otsinky vartosti kapitalu pidpriemstv rozdribnoi torhivli [Conceptual basis for estimating the cost of capital of retail enterprises]. *Ekonomichna stratehiia i perspektyvy rozvytku sfery torhivli ta posluh*, no. 2, pp. 38–45. (in Ukrainian)
9. Koroleva O. V. (2016) Faktoru razvytyia torhovoho klastera rehyona [Factors of development of the trade cluster of the region]. *Sovremennue tekhnolohyy upravleniia*, no. 11 (71), pp. 52–61. (in Russian)
10. Orlova-Kurylova O. V. (2020) Perevahy ta nedoliky funktsionuvannia klasteriv u suchasni ekonomitsi [Advantages and disadvantages of functioning of clusters in the modern economy]. *Problemy systemnoho pidkhopu v ekonomitsi*, no. 3 (77)-1, pp. 55–61. (in Ukrainian)
11. Chmil H. L. (2018) Kompleksna otsinka efektyvnosti komertsiiinoi diialnosti pidpriemstv rozdribnoi torhivli [Comprehensive assessment of the effectiveness of commercial activity of retail enterprises]. *Vcheni zapysky TNU imeni V.I. Vernadskoho. Seriia: Ekonomika i upravlinnia*, t. 29 (68), no. 4, pp. 117–122. (in Ukrainian)
12. Sharf A. A. (2014) Osobennosti formyrovanyia klasternykh struktur v torhovle [Features of the formation of cluster structures in trade]. *Sovremennue nauchnue yssledovaniia y ynnovatsyy*, no. 4, 1. Available at: <https://web.snauka.ru/issues/2014/04/33802> (accessed 09 December 2021). (in Russian)
13. Shpylova Yu. B. (2009) Klasteryzatsiia u sferi torhivli yak osnova pidvyschennia yii efektyvnosti [Clustering in the field of trade as a basis for increasing its efficiency]. *Stratehiia ekonomichnogo rozvytku Ukrainy*, no. 24–25, pp. 148151. (in Ukrainian)