



УДК 339.178:658.821(477)

О.М. Трубеті,

здобувач кафедри економіки підприємництва, Київський національний торговельно-економічний університет

АНАЛІЗ ОБСЯГІВ ТА СТРУКТУРИ ТОРГОВЕЛЬНО-ПОСЕРЕДНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА СПОЖИВЧОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

Анотація. У статті досліджено основні показники обсягів та структури торговельно-посередницької діяльності на споживчому ринку України. Здійснено загальні висновки щодо сучасного стану та закономірностей розвитку оптового торговельного посередництва на даному ринку.

Аннотация. В статье исследованы основные показатели объемов и структуры торгово-посреднической деятельности на потребительском рынке Украины. Осуществлены общие выводы относительно современного состояния и закономерностей развития оптового торгового посредничества на данном рынке.

Abstract. In this article the basic indexes of volumes and structure of intermediation activity at the market of consumer goods of Ukraine was investigation. General conclusions in relation to the modern being and regularities of development of wholesale intermediation in this market are done.

Ключові слова: торговельно-посередницька діяльність на споживчому ринку, оптова торгівля, загальний оборот підприємств оптової торгівлі, структура загального обороту підприємств оптової торгівлі (за видами діяльності, регіонами, товарними групами), тенденції розвитку торговельного посередництва на споживчому ринку України.

Вступ

Сьогодні на споживчому ринку України діє значна кількість торговельних посередників, які різняться між собою за масштабами, організаційно-економічними формами діяльності, переліком виконуваних функцій, спеціалізацією тощо. Трансформаційні процеси що відбулися у сфері оптової торгівлі нажаль не позначилися якісними змінами щодо: удосконалення системи пересування товарів, встановлення стабільних господарських зв'язків, підвищення рівня обслуговування клієнтів. Сучасна вітчизняна оптова ланка не здатна ефективно виконувати роль організатора системи товароруку споживчих товарів. Основними причинами такої ситуації є відсутність державної підтримки та розуміння необхідності подальшого розвитку торговельного посередництва, як стратегічно важливої галузі економіки та недостатній науковий інтерес до проблем розвитку даної сфери торгівлі

Торговельне посередництво на споживчому ринку є масовим соціально-економічним явищем, якому притаманні всі ознаки діалектичного розвитку. Це дозволяє описати його за допомогою сукупності відповідних фактів і відомостей, визначальною рисою яких, є кількісні характеристики руху та змін. Одним з основних результативних показників розвитку даної сфери торгівлі, є обсяг торговельно-посередницької діяльності, а саме показник загального обороту суб'єктів торговельного посередництва, який відображає сукупну вартість товарів у сфері обігу, що змінюють власника за допомогою посередника.

Регулювання оптового ринку не можливе без визначення об'єктивної характеристики та відповідних закономірностей його розвитку. За таких умов, особливої актуальності набувають питання дослідження обсягів та структури торговельно-посередницької діяльності на споживчому ринку. Останнім часом в Україні, активізувалися наукові дослідження розвитку оптової торгівлі, про що свідчать наукові праці таких вітчизняних вчених як: Голошубова Н.О. та Торопков В.М. [2], Балабан М.П. [1], Азарян Е. М. [5], Лагутін В.Д. [3], Носуліч А.М. [4]. Проте, такі дослідження мають бути системними і вимагають подальшого розроблення.

Постановка задачі.

Мета даного дослідження полягає в аналізі основних показників обсягу та структури торговельно-посередницької діяльності на споживчому ринку України. Виявленні характерних ознак розвитку оптового торговельного посередництва на сучасному етапі.

Результати.

Перед усім, варто зазначити, що сучасна вітчизняна система статистичного спостереження у галузі оптової торгівлі і посередництва в оптовій торгівлі не створює належних підстав для проведення об'єктивного аналізу розвитку сфери торговельного посередництва саме на споживчому ринку. Тому більшість проаналізованих показників є загальними та такими, що характеризують розвиток оптової торгівлі України в цілому. Часова репрезентативність охоплює період в

чотири роки. Інформаційною базою дослідження стали матеріали Державного комітету статистики [6], [7] та Міністерства економіки України [8].

Як вже зазначалось, найважливішим показником розвитку торговельно-посередницької діяльності виступає загальний товарооборот підприємств оптової торгівлі та посередництва в торгівлі. Динаміка обсягів та структури загального обороту таких підприємств за видами товарообороту у 2006-2009 рр. представлена у таблицях 1, 2 та на рисунку 1.

Таблиця 1. Динаміка обсягів та структури загального обороту підприємств оптової торгівлі України у 2006-2009 рр.

Показник	2006	2007	2008	2009	Абсолютна зміна, млрд. грн.			Темп приросту, %		
					2007	2008	2009	2007	2008	2009
Загальний оборот, млрд. грн	742,9	955,4	1165,5	954,3	212,5	210,1	-211,2	28,6	22	-18,1
<i>у тому числі:</i>										
оптовий ТО	667,2	863,9	1050,4	861	196,7	186,5	-189,4	29,5	21,56	-18
роздрібний ТО	38,8	45,8	56,5	41,1	7	10,7	-15,4	18	23,4	-27,3
оборот від посередницької діяльності	10,6	7,1	6,2	6	-3,5	-0,9	-0,2	-33	-12,7	-3,2
оборот від інших видів діяльності	26,3	38,6	52,4	46,2	12,3	13,8	-6,2	46,8	35,8	-11,8

Таблиця 2. Структура загального обороту підприємств оптової торгівлі в Україні у 2006-2009 рр., %

Показник	2006	2007	2008	2009
Загальний оборот	100	100	100	100
<i>у тому числі:</i>				
оптовий товарооборот	89,8	90,4	90,1	90,2
роздрібний товарооборот	5,2	4,8	4,8	4,3
оборот від посередницької діяльності	1,4	0,7	0,5	0,6
оборот від інших видів діяльності	3,5	4	4,5	4,8

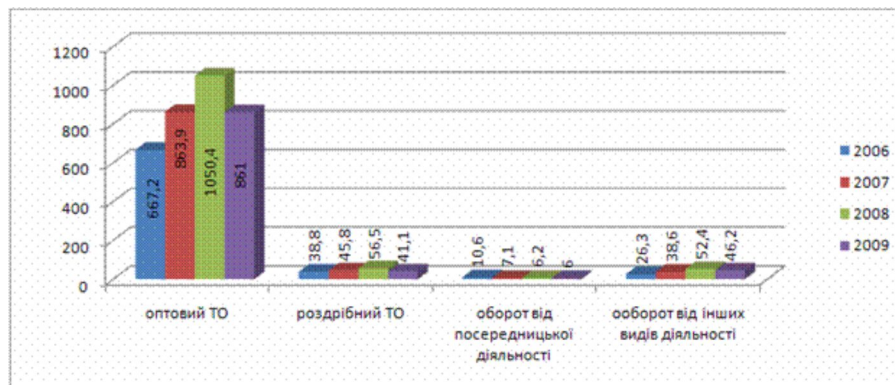


Рис. 1. Динаміка обсягів та структури загального обороту підприємств оптової торгівлі в Україні у 2006-2009 рр., млрд.грн.

Відповідно до представлених даних, загальний оборот підприємств оптової торгівлі протягом 2006-2008 р.р. мав чітко виражену тенденцію до зростання, середній темп приросту за цей період склав 25,3%. Таке збільшення відбулося, передусім, за рахунок збільшення обсягів оптового товарообороту, який в середньому зростав на 20,7%, а в сумі збільшився на 383,2 млрд. грн. Позитивну динаміку у цей період мали показники обсягів роздрібного товарообороту та обороту від інших видів діяльності, середні темпи зростання яких склали відповідно 8,9% та 13,5%, що свідчить про збільшення рівня диверсифікації діяльності підприємств оптової торгівлі. У той час обсяги обороту від посередницької діяльності щорічно зменшувалися, не здійснюючи суттєвого впливу на розвиток оптового торговельного посередництва. 2009р. позначився значним спадом загального обсягу обороту підприємств оптової торгівлі, який зменшився відносно 2008р. на 211,2 млрд. грн. або на 18,1%. Таке падіння зумовлене, передусім, загальнооекономічною кризою в Україні та світі, спадом ділової активності, зменшенням доходів населення, зниженням обсягів промислового виробництва, скороченням обсягів зовнішньоторговельних операцій.

Важливим аспектом, що характеризує обсяги торговельно-посередницької діяльності, виступає регіональний розподіл загального обороту підприємств оптової торгівлі та посередництва в торгівлі. Динаміка та структура загального обороту підприємств оптової торгівлі представлені у таблицях 3, 4 та на рисунках 2, 3.

Таблиця 3. Динаміка загального обороту підприємств оптової торгівлі за регіонами України у 2006-2009 рр.

Регіон	Загальний оборот, млрд.грн				Темп приросту, %		
	2006	2007	2008	2009	2007	2008	2009
Україна	742,91	955,39	1165,55	954,31	28,6	22	-18,1
АР Крим	7,78	10,24	13,99	14,29	31,6	36,7	2,1
Вінницька	4,80	6,07	8,42	9,13	26,5	38,8	8,4
Волинська	12,43	15,74	29,34	29,38	26,6	86,4	0,1
Дніпропетровська	85,68	100,05	116,94	103,32	16,8	16,9	-11,6
Донецька	106,50	129,87	161,20	126,55	21,9	24,1	-21,5
Житомирська	4,43	6,59	6,21	4,52	48,5	-5,6	-27,3
Закарпатська	4,74	6,21	8,07	6,20	31,1	29,9	-23,1
Запорізька	22,32	29,24	34,85	22,37	31	19,2	-35,8

Івано-Франківська	7,78	6,61	7,36	9,40	-15,1	11,4	27,8
Київська	20,89	28,13	38,01	37,13	34,6	35,1	-2,3
Кіровоградська	4,14	5,10	6,65	6,97	23,3	30,4	4,7
Луганська	18,88	21,25	24,99	24,32	12,5	17,6	-2,7
Львівська	20,05	21,99	26,46	23,43	9,7	20,3	-11,4
Миколаївська	18,24	20,18	21,22	24,02	10,6	5,2	13,2
Одеська	31,20	39,52	55,71	51,45	26,7	41	-7,6
Полтавська	13,03	23,76	20,65	17,30	82,4	-13,1	-16,2
Рівненська	8,56	9,06	9,24	3,54	5,9	1,9	-61,6
Сумська	4,35	5,05	5,99	5,16	16,1	18,7	-13,9
Тернопільська	2,15	2,66	4,02	6,48	23,9	51,2	61,3
Харківська	38,70	48,00	56,04	45,85	24	16,8	-18,2
Херсонська	7,53	8,73	11,42	10,63	15,9	30,8	-6,9
Хмельницька	7,03	5,89	6,24	5,55	-16,1	5,9	-11,1
Черкаська	7,30	9,61	11,36	9,88	31,7	18,2	-13,0
Чернівецька	2,67	3,63	4,21	3,00	36,3	15,7	-28,7
Чернігівська	3,18	4,05	5,59	4,77	27,5	38	-14,7
Київ	275,10	383,29	465,57	342,63	39,3	21,5	-26,4
Севастополь	3,47	4,86	5,82	7,03	40	19,7	20,8

Таблиця 4. Структура загального обороту підприємств оптової торгівлі за регіонами України у 2006-2009 рр.

Регіон	2006	2007	2008	2009
Україна	100	100	100	100
АР Крим	1,0	1,1	1,2	1,5
Вінницька	0,6	0,6	0,7	1,0
Волинська	1,7	1,6	2,5	3,1
Дніпропетровська	11,5	10,5	10,0	10,8
Донецька	14,3	13,6	13,8	13,3
Житомирська	0,6	0,7	0,5	0,5
Закарпатська	0,6	0,7	0,7	0,6
Запорізька	3,0	3,1	3,0	2,3
Івано-Франківська	1,0	0,7	0,6	1,0
Київська	2,8	2,9	3,3	3,9
Кіровоградська	0,6	0,5	0,6	0,7
Луганська	2,5	2,2	2,1	2,5
Львівська	2,7	2,3	2,3	2,5
Миколаївська	2,5	2,1	1,8	2,5
Одеська	4,2	4,1	4,8	5,4
Полтавська	1,8	2,5	1,8	1,8
Рівненська	1,2	0,9	0,8	0,4
Сумська	0,6	0,5	0,5	0,5
Тернопільська	0,3	0,3	0,3	0,7
Харківська	5,2	5,0	4,8	4,8
Херсонська	1,0	0,9	1,0	1,1
Хмельницька	0,9	0,6	0,5	0,6
Черкаська	1,0	1,0	1,0	1,0
Чернівецька	0,4	0,4	0,4	0,3
Чернігівська	0,4	0,4	0,5	0,5
Київ	37,0	40,1	39,9	35,9
Севастополь	0,5	0,5	0,5	0,7

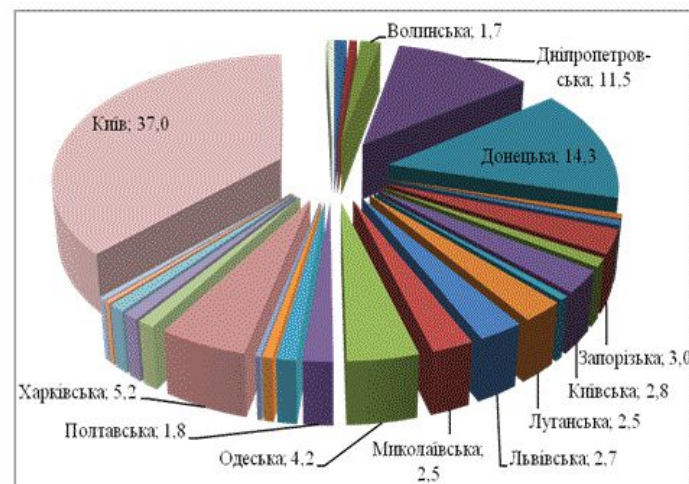


Рис. 2. Структура загального обороту підприємств оптової торгівлі за регіонами України у 2006 році

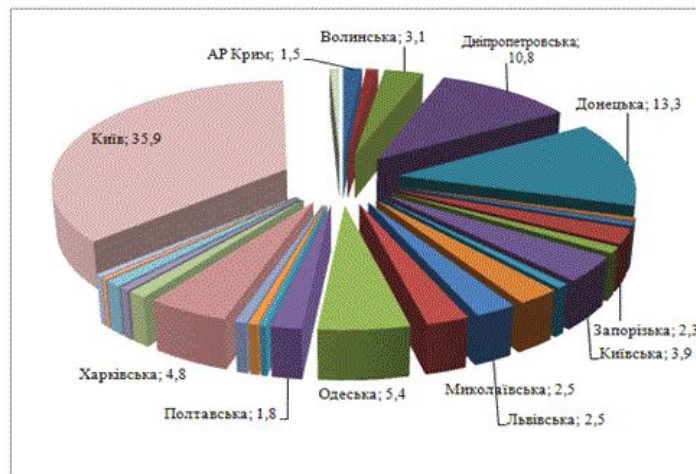


Рис. 3. Структура загального обороту підприємств оптової торгівлі за регіонами України у 2009 році

Як свідчать представлені дані найбільші обсяги загального обороту підприємств оптової торгівлі спостерігаються у м. Києві. На долю столиці України припадає близько третини усього обсягу. Стійка позитивна динаміка зростання даного показника у цьому регіоні перервалася лише у 2009р., коли темп падіння сягнув позначки у - 26,4%. Однак м. Київ й надалі залишається лідером з обсягів оптового продажу, з позицією у 2009 р. – 35,9%. Це обумовлено передусім високою концентрацією капіталу в регіоні, значним рівнем ділової та інвестиційної активності, підвищеним попитом на товарному ринку.

З поміж інших регіонів, лідерами за обсягами оптового продажу, у продовж усього досліджуваного періоду є: Донецька, Дніпропетровська, Одеська та Харківська області, на дою яких у 2009 р. припадало відповідно 13,3%, 10,8%, 5,4%, 4,8%. Така закономірність є природною, оскільки саме ці регіони є промислово-економічними центрами України з розвинутою інфраструктурою та значною густотою населення. Окрім того на їх території сконцентрована найбільша кількість суб'єктів торговельного посередництва. Динаміка розвитку показника загального обороту у цих областях підпорядковується загальній тенденції, щодо падіння темпів приросту у 2009р.

Решта регіонів України не виділяються значними обсягами торговельно-посередницької діяльності. Наприклад, у Житомирській, Закарпатській, Кіровоградській, Рівненській, Сумській, Тернопільській, Чернівецькій та Чернігівській областях рівень обороту менший 1%. Така ситуація пояснюється передусім, особливостями розміщення продуктивних сил та динамікою розвитку грошових доходів населення у цих областях. Окрім того високий рівень розбіжностей показника обсягу обороту оптових підприємств в різних регіонах України, обумовлений загальною регіональною політикою держави.

Важливим напрямом аналізу оптового товарообороту є вивчення його структури за видами економічної діяльності підприємств оптової торгівлі (табл.5, 6).

Таблиця 5. Обсяги оптового товарообороту за видами економічної діяльності підприємств оптової торгівлі у 2006-2009 рр.

код КВЕД	Основний вид діяльності	Оптовий продаж, млн.грн				Темп приросту, %		
		2006	2007	2008	2009	2007	2008	2009
	Оптова торгівля - усього	667 228,6	863 881,9	1 050 392,9	860 967,9	29,5	21,6	-18,0
з неї:								
50	Автомобілями та мотоциклами	21 506,1	36 432,9	49 270,1	19 941,8	69,4	35,2	-59,5
51.2	Оптова торгівля сільськогосподарською сировиною та живими тваринами	19 408,7	20 938,8	39 564,8	37 230,3	7,9	89,0	-5,9
51.3	Оптова торгівля продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами	83 275,2	95 566,2	113 178,7	115 881,6	14,8	18,4	2,4
51.4	Оптова торгівля непродовольчими споживчими товарами	37 828,4	53 555,3	61 985,5	64 175,0	41,6	15,7	3,5
51.5	Оптова торгівля несільськогосподарськими проміжними продуктами	155 987,4	223 869,8	294 384,3	241 831,4	43,5	31,5	-17,9
51.6	Машинне устаткування	13 579,6	19 577,3	49 207,0	25 302,8	44,2	151,3	-48,6

Таблиця 6. Структура загального оптового товарообороту за товарними групами, 2006-2009 рр., %

Код КВЕД	Основний вид діяльності	2006	2007	2008	2009
	Оптова торгівля - усього	100	100	100	100
з неї:					
50	Автомобілями та мотоциклами	3,22	4,22	4,69	2,32

51.2	Оптова торгівля сільськогосподарською сировиною та живими тваринами	2,91	2,42	3,77	4,32
51.3	Оптова торгівля продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами	12,48	11,06	10,77	13,46
51.4	Оптова торгівля непродовольчими споживчими товарами	5,67	6,20	5,90	7,45
51.5	Оптова торгівля несільськогосподарськими проміжними продуктами	23,38	25,91	28,03	28,09
51.6	Машинне устаткування	2,04	2,27	4,68	2,94

Передусім варто зазначити, що протягом 2006-2008 років показник обсягу оптового товарообороту за всіма видами економічної діяльності мав позитивну динаміку розвитку, а у 2009 році така тенденція збереглася (хоча і суттєво зменшилася щодо попереднього періоду) лише у сфері оптової торгівлі продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами та оптової торгівлі непродовольчими споживчими товарами. За рештою видів економічної діяльності спостерігається суттєве скорочення обсягів оптового товарообороту. Найбільші темпи падіння спостерігаються у сфері торгівлі автомобілями та мотоциклами – 59,5% і машинним устаткуванням – 48,6%. Така ситуація склалася в наслідок загальноекономічного спаду в Україні, значним скороченням обсягів доходів та кредитування населення.

Дані таблиці 6 свідчать про те, що товарна структура оптового товарообороту в Україні залишається деформованою. Так найбільші обсяги товарообороту припадають на оптову торгівлю несільськогосподарськими проміжними продуктами, в середньому 26,35%, тобто більше чверті загального показника. На долю оптової торгівлі у споживчому сегменті ринку (код КВЕД 51.3, 51.4) припадає лише близько 18%. Таким чином оптовий ринок України здебільшого представлений товарами виробничо-технічного призначення.

З метою більш глибокого вивчення оптового споживчого ринку варто окремо розглянути обсяги та структуру оптового товарообороту за окремими групами товарів. Динаміка загального обсягу та структури оптової торгівлі споживчими товарами представлена у таблицях 7 та 8.

Таблиця 7. Обсяги оптової торгівлі споживчими товарами у 2006-2009 рр., млн. грн.

Основний вид діяльності	2006	2007	2008	2009	темпи приросту		
					2007	2008	2009
Оптова торгівля споживчими товарами, у т.ч.:	121 103,6	149 121,5	175 164,2	180 056,5	23,1	17,5	2,8
продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами, у т.ч.:	83 275,2	95 566,2	113 178,7	115 881,6	14,8	18,4	2,4
фруктами та овочами	1 314,7	1 841,2	2 909,9	4 618,6	40,0	58,0	58,7
м'ясом та м'ясними продуктами	1 504,1	2 081,8	2 903,9	9 188,0	38,4	39,5	216,4
молочними продуктами, яйцями, олією та жирами	5 905,8	8 279,5	10 915,4	9 888,7	40,2	31,8	-9,4
напоями	8 293,4	7 755,7	10 747,6	11 346,3	-6,5	38,6	5,6
тютюновими виробами	3 951,1	4 803,1	6 655,4	9 657,5	21,6	38,6	45,1
цукром, шоколадними та кондитерськими виробами	6 635,6	7 460,5	9 120,6	10 510,0	12,4	22,3	15,2
торгівля кавою, чаєм, какао та прянощами	401,3	572,5	942,7	1 616,7	42,7	64,7	71,5
<i>іншими видами продовольчих товарів та неспеціалізована оптова торгівля продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами</i>	<i>55 269,2</i>	<i>62 771,9</i>	<i>68 983,2</i>	<i>59 055,8</i>	<i>13,6</i>	<i>9,9</i>	<i>-14,4</i>
непродовольчими споживчими товарами, у т.ч.:	37 828,4	53 555,3	61 985,5	64 175,0	41,6	15,7	3,5
текстильними товарами	1 044,1	989,2	1 542,1	1 250,7	-5,3	55,9	-18,9
одягом, включаючи спортивний, взуттям	2 582,8	2 653,3	3 305,4	2 937,5	2,7	24,6	-11,1
електропобутовими приладами та радіотелевізійними товарами	9 925,2	14 452,5	16 793,7	11 740,2	45,6	16,2	-30,1
виробами з кераміки, скла і господарськими товарами	1 035,7	1 586,2	1 155,2	1 121,1	53,2	-27,2	-3,0
парфумерними та косметичними товарами	6 058,7	7 546,7	8 426,6	8 719,3	24,6	11,7	3,5
фармацевтичними товарами	12 368,8	19 353,9	21 247,1	26 616,9	56,5	9,8	25,3
<i>іншими видами непродовольчих споживчих товарів</i>	<i>4 813,1</i>	<i>6 973,5</i>	<i>9 515,4</i>	<i>11 789,2</i>	<i>44,9</i>	<i>36,5</i>	<i>23,9</i>

Таблиця 8. Структура оптової торгівлі споживчими товарами у 2006-2009 рр., %

Основний вид діяльності	2006	2007	2008	2009
-------------------------	------	------	------	------

Оптова торгівля споживчими товарами, у т.ч.:	100	100	100	100
продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами	68,8	64,1	64,6	64,4
непродовольчими споживчими товарами	31,2	35,9	35,4	35,6

Дані таблиць свідчать що на споживчому ринку у продовж усього аналізованого періоду переважала торгівля продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами, частка яких становила с середньому 65,5% від загального обсягу. Така ситуація пояснюється передусім тим, що до цієї групи входять товари першої необхідності, пропозиція яких на споживчому ринку в останні роки значно зростає за кількісними, номенклатурними та ціновим параметрами. Однак темп зростання обсягів торгівлі товарами продовольчої групи у 2009 р. значно скоротився і становив лише 2,4% проти 18,4% у 2008р. Найбільші темпи зростання спостерігаються у торгівлі м'ясом та м'ясними продуктами (216,4%у 2009р.), фруктами та овочами (в середньому 52, 2%), тютюновими виробами (в середньому 35,1%). В той же час значно скоротилися обсяги продажу молочних продуктів, яєць, олії та жирів (з 10 915,4 міл. грн. у 2008 р. до 9 888,7 міл. грн. у 2009 р.).

Непродовольчий сегмент становить в середньому 35,5% споживчого ринку України. Незважаючи на те що частка непродовольчих товарів залишається протягом усього періоду майже не змінною, темпи зростання обсягів торгівлі цими товарами у 2009 р. суттєво скоротилися. Так обсяги торгівлі електро побутовими приладами та радіотелевізійними товарами зменшилися на 30,1%, текстильними товарам на 18,9%, одягом, включаючи спортивний та взуттям на 11,1%.

Позитивні темпи зростання спостерігаються лише в оптовій торгівлі фармацевтичними товарами, що обумовлено сталим попитом на ці товари та постійним підвищенням цін на них. Зростання цін пов'язане передусім з курсовою нестабільністю та девальвацією гривні, оскільки більшість фармацевтичних товарів імпортного походження.

Висновки. Впродовж аналізованого періоду торговельно-посередницька діяльність на споживчому ринку України мала наступні тенденції розвитку:

1. Збільшення темпів зростання обсягів загального обороту підприємств оптової торгівлі та посередництва в торгівлі, яке тривало протягом 2006-2008 р.р. перервалося у 2009 р., шляхом стрімкого падіння даного показника на 18,1% відносно 2008 р.
2. Основна частка загального обороту припадала на оптову торгівлю (близько 90%), оборот від посередницької діяльності щорічно зменшувався, не здійснюючи суттєвого впливу на розвиток оптового торговельного посередництва.
3. Показники обсягів роздрібного товарообороту та обороту від інших видів діяльності мали середні темпи зростання відповідно 8,9% та 13,5%, що свідчить про збільшення рівня диверсифікації діяльності підприємств оптової торгівлі.
4. Найбільші обсяги загального обороту підприємств оптової торгівлі спостерігалися у м. Києві (близько третини усього обсягу), Донецькій, Дніпропетровській, Одеській та Харківській областях, на дою яких у 2009 р. припадало відповідно 13,3%, 10,8%, 5,4%, 4,8%.
5. Частка оптової торгівлі споживчими товарами становила лише близько 18% загального обсягу оптової торгівлі на товарному ринку. Решта (82%) припадала на оптову торгівлю товарами виробничо-технічного призначення.
6. На споживчому ринку переважала торгівля продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами, частка яких становила с середньому 65,5% від загального обсягу, непродовольчий сегмент займав в середньому 35,5% .

Така ситуація обумовлена:

- загальним спадом економіки України, зокрема зниженням обсягів промислового виробництва та зменшенням обсягів зовнішньоторговельних операцій;
- зменшенням споживчого попиту, через скорочення реальних доходів населення, зростання цін та згортання споживчого кредитування;
- відмінністю рівня ділової активності та підприємницького клімату в окремих областях України.

Список використаних джерел

1. Балабан М.П. Оптова торгівля в ринковому середовищі: ефективність функціонування та стратегія розвитку: Монографія. – Полтава: РВЦ ПУСКУ, 2005.
2. Голошубова Н.О., Торопков В.М. Оптова торгівля: організація та технологія: Навч. посібник. – К.: Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2005.
3. Лагутін В.Д. Внутрішній ринок споживчих товарів: теорія розвитку і регулювання: Монографія. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008.
4. Носулич А.М. Організаційно-економічний механізм оптової торговельної діяльності: дис. канд. екон. наук: 08.00.04/ Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – 217с.
5. Оптовая торговля: инфраструктура и тенденции развития: Монография / Под ред. д-ра экон. наук, проф. Е. М. Азарян. – Донецк: Дон ГУЭТ, 2005.
6. Статистичний збірник „Оптова і біржова торгівля України” – К.: Держкомстат України, 2005.
7. Статистичний збірник „Оптова і біржова торгівля України” – К.: Держкомстат України, 2009.
8. Оптова торгівля України у 2009 році. – Режим доступу <<http://www.me.gov.ua/file/link/148555/file/opt>>.

Стаття надійшла до редакції 17.11.2010 р



ТОВ "ДКС Центр"