

УДК 330: 339.3

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-266-1-149-154

КОБЕЛЯ З. І.,
МЕЛЬНИК О. І.,
МЕТЛІЦЬКА О. П.

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ В ЕКОНОМІЦІ РИНКОВОГО ТИПУ

У статті розглянуто сучасний стан оптового торговельного підприємництва в Україні. Проаналізовано значення внутрішньої торгівлі в економічній системі України та в її соціальній сфері. Визначено місце оптової торгівлі в сфері товарного обігу та її головні завдання в сучасному ринковому процесі. Проаналізовано ситуацію щодо обсягу оптового товарообігу та кількісну структуру суб'єктів господарювання за видом економічної діяльності Секція G «Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів» за 2013-2017 згідно з КВЕД-2010.

Ключові слова: ринкова економіка, торгівля, оптова торгівля, оптове підприємство, торговельна діяльність.

KOBELYA Z.,
MELNYK O.,
METLICKA O.

Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University

TRENDS OF THE DEVELOPMENT OF WHOLESALE TRADE IN THE MARKET ECONOMY

The appearance of a number of objectively necessary technological and trade processes between the spheres of production, exchange, distribution and consumption led to the emergence and development of integral economic systems, which testifies the economic feasibility of a type of economic activity such as wholesale trade. One of the main functions of wholesale trade is the formation and stabilization of the balance equilibrium of goods and money in circulation, market demand and supply, value and natural structures, which, in turn, creates an optimal model of the functioning of commodity-money turnover. The purpose of the study is to highlight the current trends of wholesale trade in the Ukrainian economy in today's market conditions and to analyse the structure of economic entities by type of economic activity. Section G "Wholesale and retail trade; repair of motor vehicles and motorcycles" for 2013-2017 according to the National Classifier "Classification of types of economic activity - 2010". In 2017, there were about 34 thousand enterprises operating in Ukraine, the main type of economic activity of which is wholesale, and the volume of wholesale trade on average increased by one enterprise to UAH 56.2 million. There are two opposite trends: a significant reduction in the number of wholesale trade enterprises in the analysed period, but at the same time the volumes of wholesale trade turnover increase. This is due to the high level of competition, the crisis in the economy of Ukraine, the increase of monopoly enterprises, which do not allow entry of small and medium enterprises to the market, an increase by the state of tax accumulation and as a consequence of the reduction of the number of enterprises. At the same time competing subjects of trade activity, which are entrenched in the market, show positive results. The article considers the current state of the wholesale trade business in Ukraine. The importance of domestic trade in the economic system of Ukraine and its social network is analysed. The place of wholesale trade in the field of commodity circulation and its main task in the modern market process are determined. The situation is analysed as to how this activity will be carried out, as well as the structure of economic entities on issues of economic activity Section G "Wholesale and retail trade; repair of motor vehicles and motorcycles" for the years 2013-2017.

Keywords: market economy, trade, wholesale trade, wholesale enterprise, trade activity.

Постановка проблеми. Посередницькі функції між товаровиробниками та роздрібними суб'єктами торговельної діяльності зазвичай бере на себе оптова торгівля, роль якої з розвитком ринкових відносин і насиченістю ринку різноманітними споживчими товарами зростає. Роздрібним суб'єктам торговельної діяльності, які максимально наближені до споживачів, економічно вигідніше контактувати з одним або декількома оптовими суб'єктами, ніж із чисельними виробниками, територіально віддаленими від них. Неспівпадіння часу й місця виробництва товарів із їх реалізацією потребує накопичення та зберігання значних обсягів товарних запасів, перегрупування виробничого асортименту в торговий, концентрації розпорощених по території країни товарних ресурсів, вивчення попиту населення та визначення місткості ринку.

Отже, основна мета оптових суб'єктів господарювання полягає в регулюванні бізнес-процесів продажу товарів від виробника до роздрібного суб'єкта торговельної діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні та практичні аспекти функціонування суб'єктів оптової торгівлі в Україні, її роль в економіці ринкового типу, соціально-економічні й методологічні проблеми розвитку розглядалися в дослідженнях ряду авторів: В. Апопія, П. Балабана, І. Бланка, М. Виноградського, Н. Голошубової, І. Королькова, А. Мазаракі та ін. Однак, недостатньо охарактеризовані питання сучасних тенденцій розвитку оптової торгівлі, її проблеми розвитку та шляхи трансформації вітчизняної оптової торгівлі в умовах конкуренції.

Постановка завдання. Метою дослідження є висвітлення сучасних тенденцій розвитку оптової торгівлі в економіці України у сучасних ринкових умовах та аналіз структури суб'єктів господарювання за видом економічної діяльності Секція G «Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів» за 2013–2017 згідно з Національним класифікатором «Класифікація видів економічної діяльності – 2010».

Виклад основного матеріалу дослідження. Поява низки об'єктивно необхідних технологічних і торговельних процесів між сферами виробництва, обміну, розподілу та споживання зумовила виникнення та розвиток цілісних господарських систем, що засвідчує економічну доцільність такого виду економічної діяльності, як оптова торгівля. Однією з основних функцій оптової торгівлі є формування і стабілізація балансової рівноваги товарів і грошей в обігу, ринкового попиту і пропозиції, вартісно-натуральних структур, що, в свою чергу, створює оптимальну модель функціонування товарно-грошового обороту.

За часів командно-адміністративної економіки оптова торгівля здійснювала свою діяльність у жорстко регламентованих рамках недостатньо ефективно, що вимагало відповідного втручання державних органів управління. Основана на централізованому управлінні оптова торгівля в умовах ринкової економіки й конкуренції, коли учасники ринку самостійно визначають основні її параметри, не могла ефективно розвиватися, що призвело практично до ліквідації старої системи оптової торгівлі.

Перший етап у розвитку оптової торгівлі в економіці ринкового типу починається з 1991–1992 рр. і закінчується у 2000 р. Прийняття Законів України «Про власність», «Про підприємництво», «Про підприємства», «Про товарні біржі», у подальшому – Господарського кодексу України та інших нормативних документів. На сьогоднішній день ці закони зазнали змін, з плином часу їх реформували, а деякі з них взагалі втратили чинність. Перший етап став важливим поштовхом на шляху змін й подальшого розвитку вітчизняної оптової торгівлі. У цей період було відмінено централізований розподіл продукції, оптові ціни перестали регламентуватися державою, почався процес становлення нових організаційних форм та інститутів оптової торгівлі, які базуються на ринковому характері їх діяльності, вільному виборі партнерів, фінансовій самостійності, незалежності, повній відповідальності за результати комерційної діяльності [1].

Другий етап (2000–2010 рр.) характеризувався кардинальними змінами у структурі форм власності оптової торгівлі, що спричинило відповідні зміни в обсягах і структурі оптового товарообороту. Негативні тенденції в розвитку оптової торгівлі України, які були характерними для перших років економічних трансформацій, змінилися поступовим відновленням та ростом чисельності суб'єктів торгівельної діяльності, тому оптова торгівля в повному обсязі почала виконувати притаманні їй функції.

Разом із тим за нових економічних умов перед оптовою торгівлею виникла ціла низка проблем, до основних із яких слід віднести [2]:

- зниження ролі оптової ланки торгівлі як посередника у процесі товарного обміну;
- порушення взаємозв'язків між виробниками продукції і торгівлею;
- послаблення впливу держави на розвиток торговельної галузі й поява «тіньового сектора», який має цілий ряд конкурентних переваг перед «цивілізованою» оптовою торгівлею;
- зникнення в обігу багатьох асортиментних груп товарів вітчизняного виробництва;
- необґрунтоване збільшення ланковості товароруху;
- ліквідація традиційної системи та каналів поставок продукції виробничо-технічного призначення.

На сьогоднішній день ситуація значно змінилася внаслідок економічних та соціальних процесів в країні.

У 2017 році в Україні функціонувало близько 34 тис. підприємств, основним видом економічної діяльності яких є оптова торгівля. Оптовий товарооборот склав 1908,7 млрд грн, що у порівнянних цінах на 2,8% більше від обсягу 2016 року (табл. 1).

Таблиця 1

Групування підприємств за обсягом оптового товарообороту у 2017 році

Група	Кількість підприємств		Оптовий товарооборот	
	од.	у % до підсумку	млн грн.	у % до підсумку
Усього	33967	100,0	1908670,6	100,0
у т.ч. з оптовим товарооборотом				
до 50,0 тис. грн	4089	12,0	22,4	0,0
50,1–500,0 тис. грн	3949	11,6	952,4	0,0
500,1–1000,0 тис. грн	2601	7,7	1922,9	0,1
1,1–10,0 млн грн	12589	37,0	51214,3	2,7
10,1–50,0 млн грн	6951	20,5	154600,5	8,1
50,1–100,0 млн грн	1584	4,7	112327,9	5,9
100,1–500,0 млн грн	1726	5,1	368050,7	19,3
500,1 млн грн і більше	478	1,4	1219579,5	63,9

Джерело: за даними Державної служби статистики України [3].

В обсязі оптового товарообороту найбільш вагомими були частки оптового товарообороту підприємств, основним видом економічної діяльності яких є оптова торгівля паливом (17,8%), продуктами

харчування, напоями, тютюновими виробами (14,9%), товарами господарського призначення (12,4%) та хімічними продуктами (9,2%). У 2017 році обсяг оптового товарообороту в середньому на одне підприємство збільшився і становив 56,2 млн грн проти 45 млн грн у 2016 році.

У розрахунку на одне оптове торговельне підприємство середня кількість працівників становила 12 осіб. Більшим за середній по країні цей показник був на підприємствах оптової торгівлі м. Києва та Київської області (16 осіб) Житомирської та Рівненської (13 осіб), Волинської та Чернівецької (17 осіб), Миколаївської (19 осіб) областей.

Аналізуючи дані таблиці 1 можна спостерігати появу двох протилежних тенденцій: суттєве скорочення чисельності підприємств оптової торгівлі за період, що аналізується, але при цьому збільшення обсягів оптового товарообороту. Це пояснюється високим рівнем конкурентної боротьби, кризою в економіці України, збільшенням підприємств-монополістів, які не допускають входження малих та середніх підприємств на ринок, збільшення з боку держави податкового нагромадження і як наслідок скорочення чисельності підприємств. При цьому конкуруючі суб'єкти торговельної діяльності, що закріпилися на ринку, показують позитивні результати.

Разом із тим максимальна частка в чисельності підприємств оптової торгівлі приходить на групу 1,1–10,0 млн. грн. (37% – у 2017 році). Це підтверджує відкриття відносно великих за обсягом товарообороту оптових підприємств, що можна вважати позитивною тенденцією в розвитку оптової торгівлі. Порівняно з 2016 роком кількість підприємств із річним оптовим товарооборотом більше 500 млн грн збільшилася на 18,6%, а питома вага їхнього оптового товарообороту – на 2,2 в.п.

У загальному обсязі оптового продажу частка товарів, які вироблені на території України, порівняно з 2016 роком зменшилася на 0,8 в.п. і становила 43,7%. У 2017 році частка вітчизняних продовольчих товарів складала 76,8% (у 2016 році – 76,4%), непродовольчих товарів – 37,2% (38,3%). Однак в Україні переважно за рахунок вітчизняних виробників формується оптовий ринок кам'яного вугілля, виробів тютюнових, олій рослинних, цукру, м'яса та м'ясних продуктів, пива, зернових культур, чорних металів.

Провідне місце в структурі оптового товарообороту продовжували займати непродовольчі товари (83,5%), у товарній структурі яких значна частка (19,4%) припадала на торгівлю енергетичними матеріалами та продуктами перероблення нафти.

Енергетика займає важливе місце в функціонуванні кожної країни в цілому, а скільки останні роки виявилися складними для української енергетики, пропонується розглянути структуру оптового продажу енергетичних матеріалів та продуктів перероблення нафти.

Обсяг оптового продажу значно знизився у 2017 році, але при цьому зберігається тенденція збільшення товарообороту, що характеризує підтвердження тези про введення в дію в основному великих за обсягом товарообороту оптових підприємств.

Підприємствами оптової торгівлі у 2017 р. було реалізовано продовольчих товарів на суму 314 млрд грн. Із продовольчих товарів найбільше було реалізовано виробів тютюнових, напоїв алкогольних, олій та жирів харчових, шоколаду та кондитерських виробів, м'яса та м'ясних продуктів, молочних продуктів, масла та сирів, вод мінеральних та напоїв безалкогольних, соків, кави.

Аналіз статистичних даних вказує на скорочення продажу у 2017 році деяких груп продовольчих товарів: порівняно з 2016 роком зменшився оптовий продаж борошна (на 70,3%), круп, борошна грубого помелу (на 50,6%), макаронних виробів (на 19,7%), риби, ракоподібних та моллюсків (на 19,0%), кави (на 14,0%), чаю (на 13,8%), збільшився оптовий продаж рису (на 26,5%), хлібобулочних та борошняних кондитерських виробів (на 26,3%), фруктів та овочів перероблених (на 25,9%), солі харчової (на 21,8%), олій та жирів харчових (на 15,0%). Така ситуація спостерігається у зв'язку зі збільшенням ризиків ведення підприємницької діяльності в сфері оптової торгівлі внаслідок зниження купівельної спроможності населення України.

Таблиця 2

Оптовий товарооборот окремих продовольчих товарів у 2016-2017 роках

Група товарів	2016		2017	
	млн грн.	у % до підсумку	млн грн.	у % до підсумку
Продовольчі товари – усього, з них	252771,0	100,0	314047,6	100,0
вироби тютюнові, крім відходів тютюну	57909,3	22,9	89457,0	28,5
напої алкогольні	25956,1	10,3	29463,7	9,4
олії та жири харчові	16628,1	6,6	22437,8	7,1
шоколад та вироби кондитерські цукрові	16962,1	6,7	21018,7	6,7
м'ясо та м'ясні продукти	13833,4	5,5	18914,8	6,0
продукти молочні, масло та сири	15021,4	5,9	17164,5	4,3
води мінеральні та напої безалкогольні й соки фруктові та овочеві	10614,4	4,2	12174,2	3,9
кава	11646,4	4,6	10036,8	3,2
цукор	7965,6	3,2	9539,1	3,0
фрукти та овочі свіжі	8969,0	3,5	9056,5	2,9
риба, ракоподібні та моллюски	7947,0	3,1	8007,8	2,5

Джерело: за даними Державної служби статистики України [3].

Кількісна структура суб'єктів господарювання за видом економічної діяльності Секція G «Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів» за 2013–2017 роки показує внутрішню сторону за розділами відповідної досліджуваної секції згідно Національного класифікатора України «Класифікація видів економічної діяльності – 2010» (табл. 3).

Кількісно у секції G переважає частка суб'єктів господарювання за розділом «Роздрібна торгівля, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами», на яку припадає у 2017 році близько 73,0% всіх суб'єктів господарювання, на «Оптову торгівлю» – 20,5%, на розділ «Оптова та роздрібна торгівля автотранспортними засобами та мотоциклами, їх ремонт» – відповідно 6,5%.

Спадна тенденція кількості суб'єктів торговельної діяльності спостерігається за всіма розділами сфери торгівлі. Слід відмітити, що високими темпами спадає кількість фізичних осіб-підприємців за розділом «Роздрібна торгівля», де їх частка у 2017 році становила 78,1%.

Таблиця 3

Кількісна структура суб'єктів господарювання за ВЕД Секція G за 2013-2017 роки

Вид економічної діяльності	Роки	Кількість суб'єктів		
		усього, одиниць	з них фізичні особи-підприємці	
			одиниць	у % до підсумку
Секція G Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	2013	890658	780244	100,0
	2014	988694	894722	100,0
	2015	989064	895421	100,0
	2016	910413	828221	100,0
	2017	837797	748259	100,0
оптова торгівля, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами	2013	168022	87306	11,2
	2014	182849	113548	12,7
	2015	192990	123711	13,8
	2016	178878	117561	14,2
	2017	171852	114547	15,3
роздрібна торгівля, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами	2013	668900	648061	83,1
	2014	745206	728095	81,4
	2015	736287	719604	80,4
	2016	674551	660474	79,7
	2017	611288	583837	78,1

Джерело: за даними Державної служби статистики України [3].

Слід зазначити, що у макроекономічному вимірі, в економіці України на торгівлю – секцію G припадало у 2017 році близько 3351185,8 млн грн реалізованої продукції, а це становить 39,6% від загального обсягу реалізації продукції в економіці в цілому за відповідний період.

Крім цього, торговельні підприємства реалізували продукції на 3061652,9 млн грн (38,9% від всієї реалізації підприємств), а фізичні особи-підприємці на суму 289532,9 млн грн (47,9% від реалізації ФОП в економіці). Це вказує на те, що сфера торгівлі має важливе економічне значення для розвитку економіки України.

Таблиця 4

Обсяг реалізованої продукції суб'єктів господарювання за ВЕД Секція G за 2013-2017 роки

Вид економічної діяльності	Роки	Усього, млн грн.	з них у фізичних осіб-підприємців	
			млн грн.	у % до підсумку
Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	2013	1782399,7	170265,3	100,0
	2014	1795659,9	165969,3	100,0
	2015	2159334,2	206076,4	100,0
	2016	2628672,0	242980,5	100,0
	2017	3351185,8	289532,9	100,0
оптова торгівля, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами	2013	1217465,0	46335,0	27,2
	2014	1235786,2	48502,9	29,2
	2015	1510525,0	68328,0	33,1
	2016	1820772,9	79749,9	32,8
	2017	2192455,4	96416,4	33,3
роздрібна торгівля, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами	2013	445386,0	114216,1	67,1
	2014	466189,9	107405,9	64,7
	2015	537759,9	124436,9	60,4
	2016	633340,9	146729,8	60,4
	2017	939385,3	174162,3	60,2

Джерело: за даними Державної служби статистики України [3].

Як видно з даних таблиці 4, підприємства у порівнянні з фізичними особами-підприємцями здійснюють дуже значний вклад у загальний товарооборот – біля 91,3% у 2017 році (при цьому складають тільки 11,0% від загальної кількості суб'єктів торгівлі). При цьому фізичні особи-підприємці переважно здійснюють свою діяльність в сфері роздрібно торгівлі, хоча їх обсяги реалізації у 2017 році становили тільки 174162,3 млн грн, а це 18,5% від загального обсягу реалізації по розділу «роздрібна торгівля, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами» секції G.

У свою чергу, спостерігаємо позитивну динаміку зростання обсягів реалізованої та виробленої продукції, а також доданої вартості за витратами виробництва. Фізичні особи-підприємці сфери торгівлі здійснюють незначний вклад у створення доданої вартості, де їхня частка має спадну тенденцію за 2013–2017 роки та складає тільки у межах 8,0%.

В обсязі оптового товарообороту найбільш вагомими були частки оптового товарообороту підприємств, основним видом економічної діяльності яких є оптова торгівля паливом (17,8%), продуктами харчування, напоями, тютюновими виробами (14,9%), товарами господарського призначення (12,4%) та хімічними продуктами (9,2%).

Для торговельних підприємств доцільність співпраці з оптовиками визначається передусім економією витрат на організацію товарного забезпечення їх товарообороту. Тому основною причиною самостійної організації закупівельної діяльності роздрібними торговельними підприємствами є економічна недоцільність співпраці з оптовиками через високі цінові параметри, відсутність або недосконалість комплексу логістичних послуг та негативний досвід роботи з посередниками.

Таким чином, виявлення прагнень і бажань торговельних підприємств щодо організації процесу закупівельно-постачальницьких операцій створює можливість для оптових посередницьких структур здійснити корегування своєї діяльності на споживчому ринку та визначити пріоритетні напрями розвитку. Крім того, дуже важливою є проблема слабкої розвиненості оптової торгівлі у сільській місцевості, що призводить до звуження асортименту товарної пропозиції, перекосів у структурі витрат торговельних підприємств і як наслідок відволікання значних коштів і зниження якості обслуговування покупців.

Узагальнюючи проблеми функціонування суб'єктів оптової торговельної діяльності в економіці України, слід підкреслити, що їх розвиток стримується:

- відсутністю чіткої стратегії функціонування на ринку;
- обмеженістю складських приміщень та складської обробки товарів;
- недостатнім рівнем відповідності послуг оптових торговельних посередників вимогам основних клієнтів;
- недостатнім рівнем інформаційного забезпечення клієнтів ринку;
- слабкою участю у формуванні іміджу вітчизняних товаровиробників на ринку [4, с. 149];
- нестабільністю середовища здійснення торговельної діяльності;
- низьким рівнем доступу до фінансових ресурсів;
- дискримінацією суб'єктів торговельної діяльності з боку державних органів влади;
- низьким рівнем купівельної спроможності жителів України.

Необхідність застосування стратегічного методу управління на оптових торговельних підприємствах продиктована сучасними реаліями розвитку вітчизняного товарного ринку, що пов'язані передусім із загальною кризою економіки та підвищенням вимог товаровиробників і роздрібних торговців до кількості, якості та структури закупівельно-збутових послуг. Використання інструментів стратегічного управління дає змогу об'єктивно визначити позицію оптового торговельного посередника на товарному ринку, створює засади для здійснення адаптивних або докорінних змін у його діяльності, дає змогу окреслити пріоритетні, стратегічні цілі подальшого розвитку та забезпечити відповідний рівень його конкурентоспроможності.

Безперечно торгівля є найважливішою сферою формування та стабілізації споживчого ринку, координуючою ланкою в системі секторальних, регіональних та кластерних зв'язків, дієвим механізмом задоволення соціальних потреб і недопущення соціальної напруженості в суспільстві. Це підтверджується зростанням чисельності приватних підприємств, що займаються торговельною діяльністю, вагомим внеском торгівлі у формування доданої вартості та бюджетних надходжень, створення нових робочих місць для працевлаштування населення [5, с. 12].

Законодавством повинні бути передбачені заходи, які б стимулювали розвиток, у першу чергу, великих оптових підприємств, сприяли реалізації їх конкурентних переваг. Тоді й дрібнооптові підприємства будуть прагнути перейти в цю категорію, забезпечуючи позитивну динаміку розвитку всієї сфери оптової торгівлі. Дрібнооптова торгівля при цьому повинна здійснюватися тільки у відношенні тих товарів чи ринків, де вона не буде утворювати багато ланцюгові канали товароруку.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Результати проведеного дослідження дозволили виявити особливості функціонування суб'єктів оптової торговельної діяльності на товарному ринку України, що обумовлені як об'єктивним впливом зовнішніх чинників на їх розвиток, так і суб'єктивними факторами недосконалого менеджменту на окремих бізнес-одиницях. Напрями таких досліджень мають стосуватися як розробки засад загальнодержавного та регіонального регулювання сфери

оптової торгівлі, так і особливостей фінансово-економічної діяльності окремих її суб'єктів. Лише комплексний підхід до вирішення окреслених проблем дозволить досягти найкращих рівнів економічної ефективності.

Література

1. Балабан М. П. Оптова торгівля в ринковому середовищі: ефективність функціонування та стратегія розвитку : монографія / М. П. Балабан. – Полтава : РВЦ ПУСКУ, 2005. – 353 с.
2. Балабан П. Ю. Трансформація торгівлі споживчої кооперації в економіці ринкового типу: етапи розвитку, конкурентоспроможність, стратегічні пріоритети : монографія / П. Ю. Балабан, М. П. Балабан. – Полтава : РВВ ПУЕТ, 2011. – 421 с.
3. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua
4. Лагутін В. Д. Внутрішній ринок споживчих товарів: теорія розвитку і регулювання : монографія / В. Д. Лагутін. – К. : Київ. нац. торг.екон. ун-т, 2008. – 327 с.
5. Мельник О. І. Теоретичні засади ефективної торговельної діяльності в ринкових умовах / О. І. Мельник, А. Г. Мельник // Інвестиції: практика та досвід. – 2018. – № 20. – С. 10–13.

References

1. Balaban M. P. Optova torhivlia v rynkovomu seredovyshchi: efektyvnist funktsionuvannia ta stratehiia rozvytku : monohrafiia / M. P. Balaban. – Poltava : RVTs PUSKU, 2005. – 353 s.
2. Balaban P. Yu. Transformatsiia torhivli spozhyvchoi kooperatsii v ekonomitsi rynkovoho typu: etapy rozvytku, konkurentospromozhnist, stratehichni priorytety : monohrafiia / P. Yu. Balaban, M. P. Balaban. – Poltava : RVV PUET, 2011. – 421 s.
3. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : www.ukrstat.gov.ua
4. Lahutin V. D. Vnutrishnii rynek spozhyvchykh tovariv: teoriia rozvytku i rehuliuвання : monohrafiia / V. D. Lahutin. – K. : Kyiv. nats. torh.ekon. un-t, 2008. – 327 s.
5. Melnyk O. I. Teoretichni zasady efektyvnoi torhovelnoi diialnosti v rynkovykh umovakh / O. I. Melnyk, A. H. Melnyk // Investytsii: praktyka ta dosvid. – 2018. – № 20. – S. 10–13.

Рецензія/Peer review : 10.01.2019

Надрукована/Printed : 01.02.2019

Рецензент: д. е. н., проф. Лопатинський. Ю. М.