

Юрій М. Уманців, Олександр І. Міняйло, Віталій В. Чудак
ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ

У статті розглянуто значення внутрішньої торгівлі в національній економіці. Визначено тенденції розвитку торговельної сфери в Україні з урахуванням світової фінансово-економічної кризи 2008–2009 років. Проаналізовано динаміку товарообороту підприємств торгівлі з урахуванням впливу різноманітних факторів.

Ключові слова: внутрішня торгівля; торговельна мережа; роздрібний та гуртовий товарооборот.

Рис. 4. Табл. 5. Літ. 14.

Юрий М. Уманцев, Александр И. Миняйло, Виталий В. Чудак
ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕЙ ТОРГОВЛИ УКРАИНЫ

В статье рассмотрено значение внутренней торговли в национальной экономике. Определены тенденции развития торговой сферы в Украине с учетом мирового финансово-экономического кризиса 2008–2009 годов. Проанализирована динамика товарооборота предприятий торговли с учетом влияния различных факторов.

Ключевые слова: внутренняя торговля; торговая сеть; розничный и оптовый товарооборот.

Iurii M. Umantsiv¹, Oleksandr I. Miniailo², Vitalii V. Chudak³
DEVELOPMENT TRENDS OF INTERNAL TRADE IN UKRAINE

The article examines the importance of internal trade within national economy. It determines the development trends of the trade sector in Ukraine, taking into account the global financial crisis of 2008–2009 and analyzes the dynamics of trade turnover of enterprises under the influence of various factors.

Keywords: internal trade; retail chain; retail and wholesale turnover.

Постановка проблеми. Торговельна діяльність відіграє ключову роль у просуванні товарів від виробника до споживача шляхом передавання права власності на товари. Розвиток торговельної мережі є одним з показників стану розвитку внутрішнього ринку споживчих товарів.

Для виявлення тенденцій розвитку внутрішньої торгівлі слід провести аналіз кількісних характеристик на підставі загальної статистичної інформації та якісних ознак ринку споживчих товарів на основі аналітичних звітів. Економічна теорія досліджує закономірності розвитку внутрішньої торгівлі на основі принципів самоорганізації, розуміння змісту саморозвитку ринку як органічної взаємодії його структурних рівнів та інституційних компонентів, що передбачає аналіз їх трансформаційного потенціалу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблеми та перспективи розвитку внутрішньої торгівлі України аналізувалися в працях таких вітчизняних та зарубіжних вчених, як І. Височин [2], А. Герасименко [3], Н. Голошубова [9], А. Даниленко [10], Л. Дейнеко [10], О. Кавун [9], Ю. Кіндзерський [5], А. Мазаракі [14], О. Мазур [8], І. Лазебна [7], В. Лагутін [3; 6; 14], В. Торопков [9], В. Точилін [10], Н. Трішкіна [13] та інші.

¹ Kyiv National University of Trade and Economics, Ukraine.

² Kyiv National University of Trade and Economics, Ukraine.

³ Kyiv National University of Trade and Economics, Ukraine.

Метою дослідження є аналіз сучасних тенденцій розвитку внутрішньої торгівлі України та обґрунтування на цій основі пропозицій, спрямованих на активізацію цього процесу.

Основні результати дослідження. У сфері внутрішньої торгівлі функціонують специфічні економічні відносини, на основі яких встановлюється особлива ринкова форма зв'язку між виробництвом і споживанням, забезпечується реалізація товарів і вартості. Зазвичай, логічним завершенням процесу товарного виробництва є реалізація товарів на ринку. Отже, за умов розвинутого виробництва на перший план виходить проблема того, як продати вироблені товари.

Проведений аналіз дає змогу зробити висновки про те, що протягом 2005–2014 рр. динаміка роздрібного та гуртового товарообороту в Україні характеризується доволі нестійкими тенденціями розвитку, що пов'язано з низкою об'єктивних чинників. При цьому йдеться перш за все про глобальну фінансово-економічну кризу, нестабільність суспільно-політичної ситуації в країні, стрімку девальвацію національної валюти, високу імпортозалежність національної економіки тощо (табл. 1).

Водночас варто зазначити, що індекси фізичного товарообороту в Україні варто досліджувати також крізь призму інфляційних процесів з метою оцінки реальної динаміки товарообороту в Україні. Розглянемо роздрібний товарооборот України, проаналізувавши індекси споживчих цін (табл. 2).

Протягом 2010–2014 рр. темпи інфляції характеризувалися такою динамікою, а саме: у 2010 р. – 9,4%, у 2011 р. – 8%, у 2012 р. – 0,6%, у 2013 р. – 0,5% та 24,9% у 2014 році. Таким чином, можна стверджувати, що реальний приріст товарообороту в Україні у післякризовий період мав місце лише протягом 2012–2013 років. Окрім цього, слід зауважити, що індекси споживчих цін на групи продовольчих і непродовольчих товарів практично не відрізнялися (окрім 2010 року). У 2010 р. непродовольчі товари подорожчали на 13%, тоді як продовольчі – на 6,3%. Проте протягом 2005–2008 рр. тенденція була протилежною – ціни на продовольчі товари зростали швидше, ніж на непродовольчі [4].

Для більш детального аналізу внутрішнього ринку споживчих товарів України розглянемо його в розрізі роздрібної та гуртової торгівлі. Такий підхід дозволить чіткіше визначити основні фактори та характерні тенденції розвитку внутрішнього ринку України за сучасних умов.

Перш за все слід зазначити, що гострою інституційною проблемою роздрібної торгівлі в Україні є відносини між виробниками-постачальниками і великими торгівельними підприємствами. Великі торговельні мережі набувають все більш вагомої ринкової сили і пред'являють до своїх партнерів – виробників і постачальників – все більш жорсткі вимоги, що мають системний характер (це, зокрема, вартість входження, маркетинговий бонус тощо). Основними точками дотику інтересів роздрібних підприємств та постачальників є ціни, умови оплати, позиціонування товару та асортимент. Роздрібні торговельні мережі доволі часто вимагають для себе відтермінування в оплаті, щоб використовувати отримані ресурси для розвитку. При цьому часто виникають проблеми повернення постачальникам непроданих залишків товару, обміну бракованої продукції [2, 125–137; 3, 245–267].

Таблиця 1. Індекси фізичного обсягу товарної структури роздрібного та гуртового товарообороту в Україні, % до попереднього року*

Показники	Роки									
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Роздрібний товарооборот										
Усього	123,4	126,4	129,5	117,3	79,1	110,1	113,2	112,3	106,1	90,0
Продовольчі товари, усього	117,5	118,2	116,7	108,4	90,7	106,0	112,7	116,6	107,2	95,9
Продовольчі товари у торговельній мережі	119,0	119,0	117,0	109,5	91,6	105,8	112,8	117,6	107,7	96,8
Продовольчі товари у мережі ресторанного господарства	106,2	111,4	114,3	98,9	81,7	108,3	111,0	105,6	100,9	84,1
Непродовольчі товари	128,0	132,1	137,4	122,2	73,0	112,9	113,6	109,6	105,3	85,9
Гуртовий товарооборот										
Гуртовий товарооборот, усього	125,32	128,16	128,67	122,95	81,87	121,55	111,43	98,74	98,30	91,92
у тому числі										
Продовольчі товари	126,11	130,54	127,30	117,96	108,51	115,18	100,34	110,62	92,80	97,49
Непродовольчі товари	124,50	127,70	128,94	123,92	76,97	123,20	114,12	96,20	99,65	90,65

* складено за даними [4].

Таблиця 2. Динаміка індексів споживчих цін в Україні у 2005–2014 рр., %*

№	Показники	Роки									
		2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
1	Індекс споживчих цін (темп інфляції)	113,5	109,1	112,8	125,2	115,9	109,4	108,0	100,6	100,5	124,9
2	- індекс споживчих цін на послуги	115,8	149,4	112,0	116,2	114,2	122,6	94,0	100,6	101,8	110,4
3	- індекс споживчих цін на продовольчі товари	110,7	103,5	122,9	135,7	125,1	106,3	113,1	97,7	97,8	112,2
4	- індекс споживчих цін на непродовольчі товари	104,0	102,5	106,0	105,7	110,5	113,0	113,8	97,7	97,0	102,0
5	Індекс цін виробників промислової продукції	116,7	109,6	119,5	135,5	106,5	120,9	119,0	103,7	99,9	117,1

* складено за даними [4].

Обсяг роздрібного товарообігу є показником, що відображає готовність населення купувати певні види товарів і послуг і відповідно формує внутрішній ринок споживчих товарів. Протягом останніх років спостерігається чітка тенденція зростання обсягів товарообороту загалом та продовольчих і непродовольчих товарів зокрема. Зменшення товарообороту відбулося тільки в 2009 р. – до 230,96 млрд грн, що пов'язано насамперед з впливом світової фінансово-економічної кризи (рис. 1).

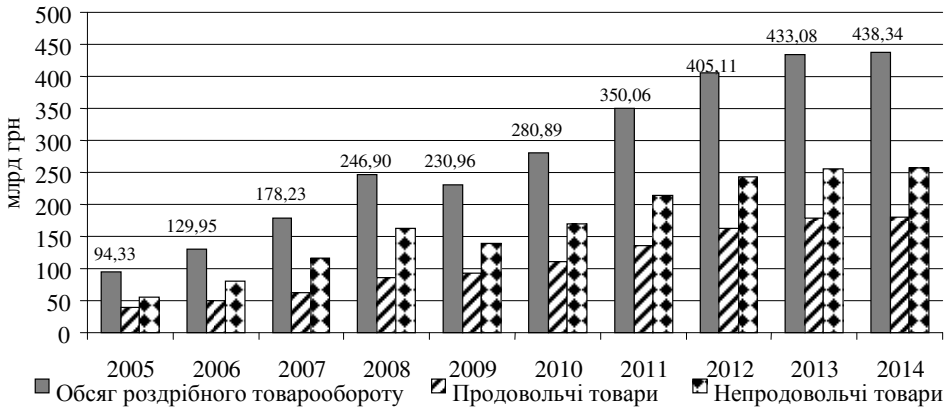


Рис. 1. Динаміка роздрібного товарообороту в Україні у 2005–2014 рр., побудовано за даними [4]

Відповідне зменшення відбулось, в основному, за рахунок зменшення товарообороту непродовольчих товарів, що мають більш еластичний попит порівняно з продовольчими, та уповільнення темпів росту товарообороту продовольчої групи товарів. Зниження даного показника не може свідчити про різку зміну внутрішнього ринку споживчих товарів, основну роль у цьому процесі відіграло зниження купівельної спроможності домогосподарств [14, 7–10].

Одночасно цей процес можна вважати наслідком проблем, що виникли у фінансовому секторі, а відтак кризові явища наростали в економіці в цілому. Відповідні процеси спричинені значним скороченням обсягів кредитування підприємств, що є негативним фактором у розвитку внутрішнього ринку споживчих товарів.

Найістотнішими трансформаціями торговельного підприємництва після фінансово-економічної кризи стали скорочення неорганізованого роздрібно-го ринку і посилення позицій торговельних мереж, які почали активно запроваджувати інноваційні процеси у сферу товарного обігу, сприяючи розвитку досконалої конкуренції (табл. 3).

Виходячи з аналізу результатів діяльності 10 найбільших мереж продовольчих супермаркетів в Україні, в цілому слід відзначити позитивну тенденцію у динаміці обсягу товарообороту та кількості магазинів. Найбільш динамічно розвивалися протягом зазначеного періоду такі мережі, як «АТБ», «Омега» та «Ашан Україна» – 51,2%, 42,9% та 31,4% приросту товарообороту відповідно. Протилежна тенденція спостерігається відносно торговельних

Таблиця 3. Найбільші мережі продовольчих супермаркетів в Україні*

№	Торговельна мережа (FMCG-рітейлер)	Товарооборот, млрд грн			Кількість магазинів, од.			Темп приросту товарообороту, %			Темп приросту кількості магазинів, %		
		2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014
1	«АТБ»	21,5	28,2	32,5	686	829	733	31,2	15,2	51,2	20,8	-11,6	6,8
2	«Fozzy Group» («Fozzy», «Сільпо», «Фора»)	21,9	26	27,4	417	452	418	18,7	5,4	25,1	8,4	-7,5	0,2
3	«METRO Cash & Carry»	10,1	15,9	8,1	33	31	31	57,4	-49,4	-19,8	-6,1	0	-6,1
4	«Рітейл Груп» («Велика Кишеня»)	4,8	6,2	5,1	63	106	54	29,2	-17,7	6,2	68,2	-49,1	-14,3
5	«Ашан Україна»	5,1	6,0	6,7	8	10	11	17,6	11,7	31,4	25	10	37,5
6	«Фуршет»	5,1	5,0	1,0	107	106	114	-2	-80,0	-80,4	-0,9	7,5	6,5
7	«Амстор»	3,1	4,9	3,7	29	32	38	58,1	-24,5	19,3	10,3	18,7	31
8	«Еко-маркет»	3,1	4,3	4,0	95	104	106	38,7	-7	29	9,5	1,9	11,6
9	«Лаврія В»	3,4	4	3,97	52	57	59	17,6	-0,7	16,8	9,6	3,5	13,5
10	«Омега» (ТМ «Варус»)	2,1	2,5	3,0	39	43	55	19	20	42,9	10,3	27,9	41
	Разом	80,2	103,0	95,5	1529,0	1770,0	1619,0	285,6	-126,7	121,7	155,2	1,5	127,9

* складено за даними [1; 11; 12].

мереж «Фуршет» та «METRO Cash & Carry». Протягом трьох років їх товарооборот скоротився на 80% і 19,8% відповідно [1; 11; 12].

Протягом періоду, що досліджувався, загальний приріст товарообороту склав 21,7%, а його значення сягнуло 1529 млрд грн. Загальний темп зростання кількості магазинів становив 127,9%. Слід зауважити, що у 2014 р. порівняно з 2013 р. близько половини представлених торговельних мереж подали від'ємні показники фінансових результатів господарської діяльності. Очевидно також, що скорочення товарообороту та зменшення кількості магазинів пояснюється об'єктивними обставинами, які відбувалися в Україні на тлі суспільно-політичних подій 2013–2014 рр. [4; 11; 12].

Водночас відмітимо, що окреслилася тенденція до укрупнення торговельних мереж та урізноманітнення їх форматів. Такий висновок можна зробити на основі аналізу статистичних даних, що свідчать про зростання роздрібного товарообороту за останні 10 років з 94,33 млрд грн у 2005 р. до 438,34 млрд грн у 2014 р. При цьому загальна кількість об'єктів роздрібної торгівлі демонструє чітку тенденцію до щорічного зменшення. Так, за період, що досліджується, їх кількість скоротилась з 75,2 до 49,7 тис. од. (рис. 2).

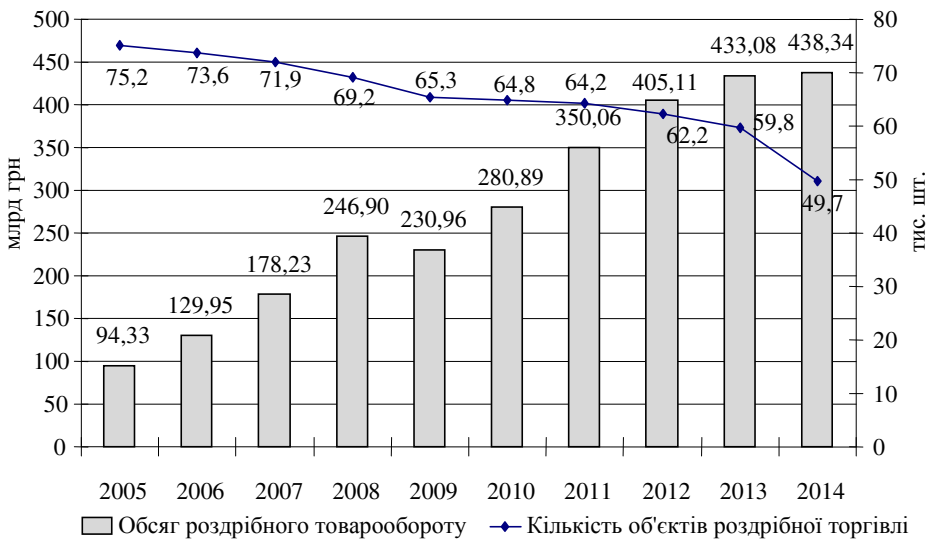


Рис. 2. Співвідношення обсягу роздрібного товарообороту та кількості об'єктів роздрібної торгівлі, побудовано за даними [4]

Важливим є також вплив глобальної фінансово-економічної кризи, котра посприяла санації ринку, змусивши найсильніших операторів переорієнтуватися з максимізації суми прибутків на приріст кількості покупців і зосередитися на покращанні матеріально-технічної бази й удосконаленні управлінської і маркетингової політики. За сучасних умов стрімкої зміни якісних та кількісних характеристик еволюційного розвитку роздрібної торгівлі та боротьби за споживачів, концентрація капіталу спричиняє виникнення нових завдань, що зумовлені необхідністю зростання рівня контролю за потоками матеріальних, трудових, фінансових та інформаційних ресурсів. Власник одночасно кількох сфер бізнесу, навіть і не пов'язаних між собою, стикається з пробле-

мою консолідації системи управління з метою підвищення ступеня контролю, спрощення аналізу та планування. У зв'язку з тим, що в Україні більшість мережових структур бізнесу не є офіційно оформленими, питання інформаційного наповнення процесу аналізу вирішується переважно за рахунок проведення анкетних та експертних опитувань [9, 89–97].

Така ситуація зумовлена зацікавленістю в податковій оптимізації, також певними законодавчими обмеженнями щодо функціонування торговельного бізнесу, оскільки в Україні відсутнє законодавче регламентування діяльності груп компаній (за винятком офіційних холдингів). Також законодавство не передбачає необхідності подання групами компаній (за виключенням фінансових установ) консолідованої фінансової звітності [5].

Для проведення аналізу на основі статистичної інформації доцільно зазначити, що його здійснення можливе за умови врахування деяких особливостей статистичної інформації та статистичної звітності. На сьогодні практично не можливо визначити реальний показник роздрібного товарообороту, оскільки суттєва його частина не підлягає обліку та не відображається у статистичній звітності. Так, наприклад, облік товарообороту деяких суб'єктів господарювання (ринки, приватні особи підприємці тощо) або зовсім не враховується, або існує можливість для умисного викривлення відповідних даних самими суб'єктами [8, 34–37].

Наступним етапом дослідження є кореляційний аналіз впливу окремих макроекономічних показників на роздрібний товарооборот для визначення тісноти взаємозв'язку факторних і результативного показників та обрахування коефіцієнтів впливу окремих показників на роздрібний товарооборот. Пропонуємо факторами впливу вважати валовий внутрішній продукт, обсяг імпорту товарів та послуг, а також доходи населення (табл. 4).

На основі розрахованих коефіцієнтів детермінації (R^2) можна відзначити, що найвищий ступінь взаємозалежності між обраними показниками мають валовий внутрішній продукт та обсяг імпорту товарів і послуг. Дещо менше значення зазначеного коефіцієнту має показник доходів населення. За результатами аналізу впливу деяких інших факторів на роздрібну торгівлю (капітальні інвестиції, обсяг державних видатків, структура споживчого попиту тощо) було визначено низькі коефіцієнти детермінації, що свідчить про незначну тісноту зв'язку між цими значеннями та роздрібним товарооборотом, а тому недоцільно включати ці показники у модель (табл. 5).

Таким чином, використовуючи рівняння регресійного аналізу, побудуємо зведену багатофакторну модель впливу визначених факторів на роздрібний товарооборот: $Y = 0,32 X_1 + 0,55 X_2 + 0,18 X_3 + 70,61$.

Згідно розрахованих коефіцієнтів регресії, при збільшенні валового внутрішнього продукту, обсягу імпорту товарів і послуг та доходів населення на 1 млрд грн роздрібний товарооборот збільшиться на 0,32 млрд грн, 0,55 млрд грн та 0,18 млрд грн протягом року відповідно.

Динаміка кількості об'єктів роздрібної торгівлі в Україні відображена на рис. 3. Цілком очевидним є тренд зменшення кількості об'єктів роздрібної торгівлі в Україні. Таким чином, протягом 2005–2014 рр. кількість об'єктів роздрібної торгівлі зменшилась на 33,9%, у т.ч. кількість магазинів протягом

Таблиця 4. Фактори впливу на зміну роздрібного товарообороту в Україні, млрд грн*

№	Показники	Роки										
		2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	
1	Валовий внутрішній продукт	441,5	544,2	720,7	948,1	913,3	1082,6	1302,1	1408,9	1454,9	1522,7	
2	Імпорт товарів та послуг	182,5	227,5	306,1	658,6	363,5	483,5	660,0	677,3	615,7	729,6	
3	Доходи населення	381,4	472,1	623,3	845,7	894,3	1101,2	1266,8	1407,2	1548,7	396,7	

* складено за даними [4].

Таблиця 5. Багатофакторна модель впливу ВВП, обсягу імпорту та доходів населення на роздрібний товарооборот, авторська розробка

№	Фактори, які впливають на зміну роздрібного товарообороту	Рівняння регресії	Коефіцієнт детермінації (R ²)	Коефіцієнт впливу фактору на роздрібний товарооборот (Y)
1	Валовий внутрішній продукт (X ₁)	$Y = 0,32 X_1 - 53,8$	0,99	0,32
2	Обсяг імпорту товарів і послуг (X ₂)	$Y = 0,55 X_2 + 9,16$	0,82	0,55
3	Доходи населення (X ₃)	$Y = 0,18 X_3 + 115,25$	0,39	0,18

цього періоду зменшилась на 30,7%, кількість кіосків та автозаправних станцій скоротилась на 43,3%. Кількість ринків з продажу споживчих товарів зменшилась протягом 2005–2014 рр. на 24,6%, а кількість об'єктів ресторанного господарства скоротилась на 26,7% [4].

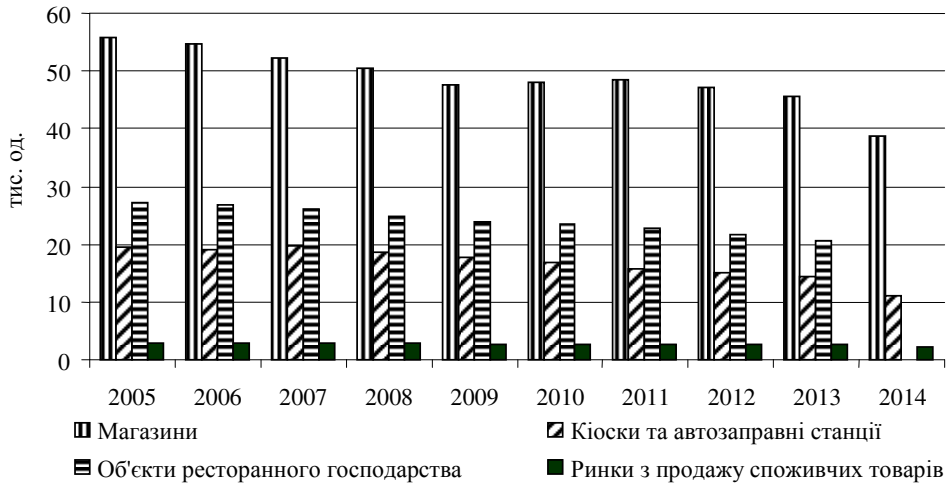


Рис. 3. Динаміка кількості об'єктів роздрібної торгівлі в Україні у 2005–2014 рр., побудовано за даними [4]

Отже, актуальна структурно-територіальна організація роздрібної торговельної мережі засвідчує, що тенденції її розвитку можна характеризувати як у цілому позитивні. Загальними виявленими тенденціями є укрупнення об'єктів торгівлі та підвищення рівня надання торговельних послуг. Одночасно слід зауважити, що знизилась ефективність роботи ланки захисту прав споживачів у зв'язку зі змінами на законодавчому рівні та недофінансуванням з державного та місцевих бюджетів, однак проводиться ряд заходів з метою покращення обслуговування та захисту прав споживачів. Відтак, найбільший вплив на внутрішній ринок споживчих товарів мають витрати населення на придбання товарів та послуг, доходи населення, інвестиції в основний капітал підприємств роздрібної торгівлі, прямі іноземні інвестиції в Україну, імпорт, кількість об'єктів роздрібної торговельної мережі.

У становленні та розвитку внутрішнього ринку споживчих товарів особливе місце належить гуртовій ланці. Гуртові й гуртово-роздрібні підприємства стають одним з головних суб'єктів регіональних ринків і формування взаємовигідних господарських зв'язків між підприємствами та іншими учасниками ринку. Саме гуртова торгівля, як правило, відіграє провідну роль у розвитку промислового та аграрного секторів, а також роздрібної торгівлі [7, 29; 13, 139].

Гуртова торгівля є важливою складовою сфери обігу, сприяючи скороченню зайвих товарних запасів на всіх рівнях та усуненню дефіциту товарів, беручи участь у формуванні регіональних та галузевих товарних ринків. Через гуртову торгівлю посилюється вплив споживача на виробника, з'являються реальні можливості досягнути відповідності між попитом і пропозицією,

забезпечити кожному споживачу змогу купувати продукцію в межах своїх фінансових можливостей і відповідно до потреб. Як свідчить досвід розвинених країн, роль гуртової ланки з насиченням ринків товарами і посиленням конкуренції на них зростає. Завдяки перевагам, що надають гуртові посередники порівняно з прямим збутом, їх позиції зміцнюються та розширюється сфера діяльності [10].

Для характеристики гуртової торгівлі доцільно використати показник гуртового товарообороту. Одночасно необхідно звернути увагу, що відповідні показники демонструють схожу динаміку зростання із роздрібним товарооборотом протягом останніх років та зниження відповідного показника у 2009 р. (рис. 4).

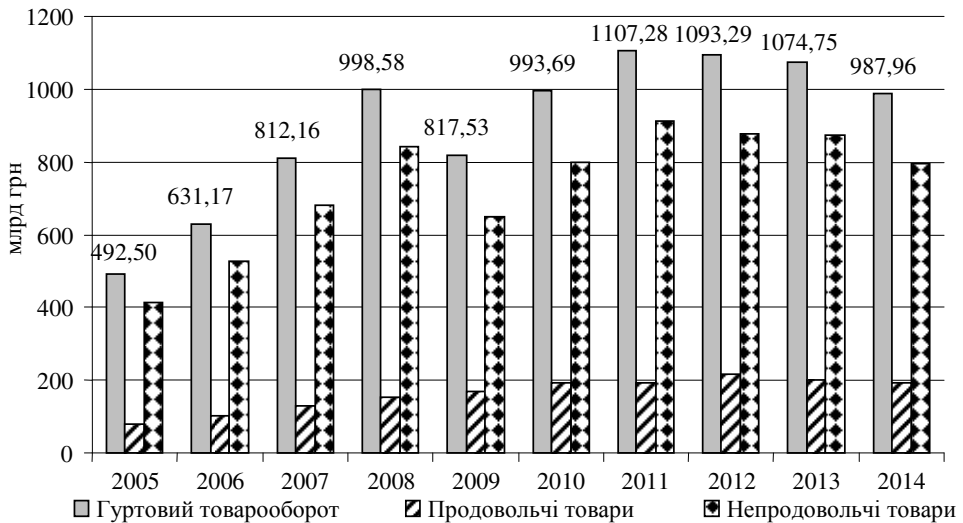


Рис. 4. Структура гуртового товарообороту України, побудовано за даними [4]

Так, деяке зниження показників гуртового товарообороту відбулось у 2009 р. внаслідок світової фінансово-економічної кризи, але вже у 2010 р. він повернувся до показників докризового рівня. Водночас варто зазначити, що товарооборот продовольчих товарів є менш еластичним до кризових явищ і не зменшився у 2009 р., а також залишається майже незмінним протягом 2010–2014 рр. (у той час як загальний гуртовий товарооборот і товарооборот непродовольчих товарів з 2011 р. мають тенденцію до зменшення). Причиною стрімкого зростання обсягу гуртового товарообороту протягом 2005–2011 рр. на 224,8% насамперед стало нарощування обсягів виробництва переробної та видобувної галузей, а також збільшення обсягів зовнішньоторговельних операцій. Однак уже з 2011 р. спостерігається падіння обсягу гуртового товарообороту. Зокрема, у 2014 р. абсолютне значення гуртового товарообороту складо 987,96 млрд грн, що на 10,8% менше показника 2011 року.

Одночасно під час аналізу відповідного показника та його взаємозв'язку з факторами впливу необхідно враховувати такий аспект функціонування відповідного ринку, як складність систематизації необхідної для аналізу інформації. Подібна тенденція полягає у тому, що на сьогодні гуртову торгівлю як

один із видів діяльності можуть здійснювати будь-які підприємства незалежно від форми власності або організаційно-правової форми. Гуртовою торгівлею також займаються й промислові підприємства. Однією з характерних особливостей сучасної гуртової торгівлі є те, що на шляху товару від товаровиробника до роздрібного підприємства з'явилася невиправдано велика кількість гуртових посередників, у результаті чого зростає роздрібна ціна без підвищення якості товару. Водночас залишаються поза увагою оптимізація товарного асортименту, зменшення витрат обігу, розширення товарної номенклатури тощо.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Структурно-інституційна трансформація внутрішнього торгівлі в Україні невіддільна від удосконалення механізмів адаптації до умов глобалізації, посилення дії інструментів реалізації конкурентної стратегії, виправлення структурних деформацій, підвищення ефективності інституційних взаємозв'язків між ринковими суб'єктами. Виявлення потенційних передумов нарощування обсягів обороту внутрішньої торгівлі пов'язане перш за все з інтенсифікацією впливу чинників організації бізнес-процесів, що передбачає пов'язаність управління результатами діяльності підприємств торгівлі з механізмами реалізації системи продажів товарів.

1. Бізнес // Ліга. Бізнес // biz.liga.net.
Biznes // Liha. Biznes // biz.liga.net.
2. *Височин І.В.* Управління товарооборотом підприємств роздрібною торгівлі: Монографія. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. – 543 с.
Vysochyn I.V. Upravlinnia tovarooborotom pidpriemstv rozdribnoi torhivli: Monohrafiia. – К.: Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, 2012. – 543 s.
3. Внутрішній ринок і торгівля України: структурно-інституціональна трансформація: Монографія / В.Д. Лагутін, Ю.М. Уманців, А.Г. Герасименко та ін.; За ред. В.Д. Лагутіна. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – 432 с.
Vnutrishnii rynek i torhivlia Ukrainy: strukturno-instytutsionalna transformatsiia: Monohrafiia / V.D. Lahutin, Yu.M. Umantsiv, A.H. Herasymenko ta in.; Za red. V.D. Lahutina. – К.: Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, 2015. – 432 s.
4. Економічна діяльність // Державна служба статистики України // www.ukrstat.gov.ua.
Ekonomichna diialnist // Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy // www.ukrstat.gov.ua.
5. *Кіндзерський Ю.В.* Промисловість України: стратегія і політика структурно-технологічної модернізації: Монографія. – К.: Ін-т екон. та прогнозув. НАН України, 2013. – 536 с.
Kindzerskyi Yu.V. Promyslovist Ukrainy: stratehiia i polityka strukturno-tekhnologichnoi modernizatsii: Monohrafiia. – К.: Ін-т екон. та прогнозув. НАН України, 2013. – 536 s.
6. *Лагутін В.Д.* Внутрішній ринок споживчих товарів: теорія розвитку і регулювання: Монографія. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. – 327 с.
Lahutin V.D. Vnutrishnii rynek spozhyvchykh tovariv: teoriia rozvytku i rehuliuвання: Monohrafiia. – К.: Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, 2008. – 327 s.
7. *Лазебна І.В.* Формування конкурентного середовища у роздрібній торгівлі // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2011. – №2. – С. 26–37.
Lazebna I.V. Formuvannia konkurentnoho seredovyshcha u rozdribnii torhivli // Visnyk Kyivskoho natsionalnoho torhovelno-ekonomichnoho universytetu. – 2011. – №2. – С. 26–37.
8. *Мазур О.* Біфуркаційний характер розвитку роздрібною торгівлі України // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2014. – №1. – С. 30–43.
Mazur O. Bifurkatsiynyi kharakter rozvytku rozdribnoi torhivli Ukrainy // Visnyk Kyivskoho natsionalnoho torhovelno-ekonomichnoho universytetu. – 2014. – №1. – С. 30–43.
9. Підприємницькі мережі в торгівлі: Монографія / Н.О. Голошубова, О.О. Кавун, В.М. Торопков та ін.; За заг. ред. Н.О. Голошубової. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. – 344 с.
Pidpriemnytski merezhi v torhivli: Monohrafiia / N.O. Holoshubova, O.O. Kavun, V.M. Toropkov ta in.; Za zah. red. N.O. Holoshubovoi. – К.: Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, 2014. – 344 s.

10. Проблеми, напрями та чинники сприяння розвитку внутрішнього ринку України (реальний сектор економіки): Монографія / За ред. А.І. Даниленка, Л.В. Дейнеко, В.О. Точиліна. – К.: Ін-т екон. та прогнозув. НАН України, 2013. – 292 с.

Problemy, napriamy ta chynnyky spriannia rozvytku vnutrishnoho rynku Ukrainy (realnyi sektor ekonomiky): Monohrafiia / Za red. A.I. Danylenka, L.V. Deineko, V.O. Tochylina. – K.: In-t ekon. ta prohozuv. NAN Ukrainy, 2013. – 292 s.

11. Рейтинг Forbes // Форбс Україна // forbes.net.ua.

Reitynh Forbes // Forbs Ukraina // forbes.net.ua.

12. Рынок // My-trade-group // www.my-trade-group.com.

Рынок // My-trade-group // www.my-trade-group.com.

13. *Тришкіна Н.І.* Оптова торгівля у сфері товарного обігу // Наука й економіка. – 2010. – №2. – С. 138–141.

Trishkina N.I. Optova torhivlia u sferi tovarnoho obihu // Nauka i ekonomika. – 2010. – №2. – S. 138–141.

14. *Mazaraki, A., Lagutin, V.* (2015). Internal Trade of Ukraine in Crisis Socio-Economic Challenges. Herald of Kyiv National University of Trade and Economics, 6: 5–17.

Стаття надійшла до редакції 23.12.2015.