

УДК 332.1:339.3

В. І. Корсак,
к. мед. н., Голова Ради директорів компанії "Волвест Груп", м. Луцьк

РОЗДРІБНА ТОРГІВЛЯ ЯК НЕВІД'ЄМНА СКЛADOVA СТАЛОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ

V. Korsak,
MD, the Head of the Board of Directors VolWest Group Co., Lutsk city

THE RETAIL TRADE AS AN INTEGRAL PART OF THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE REGIONS

Проаналізовано існуючі погляди вчених щодо регіональних переваг розвитку території. Виявлено важливі аспекти роздрібної торгівлі для забезпечення соціально-економічно-екологічного становлення регіону. Запропоновано новий підхід трактування сутності роздрібної торгівлі та регіональної роздрібної торговельної мережі з позиції сталого розвитку регіону.

It was analyzed the existing views of researches on the regional advantages of the territorial development. It was shown the important aspects of the retail trade for providing socio-economic and ecological development of the region. It was suggested a new approach of the interpretation of both essence of the retail trade and the regional retail network from the perspective of the sustainable development.

*Ключові слова: регіон, роздрібна торгівля, сталий розвиток.
Key words: region, retail trade, sustainable development.*

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Суспільство у своєму розвитку досягло такого етапу, коли вплив на планету створює невідворотні зміни, які дедалі більше загрожують його існуванню. Тому в умовах екологічної кризи перед вченими різних галузей науки постає питання пошуку виходу із даної ситуації шляхом створення теоретико-методологічних напрацювань, які можна було б реалізувати на практиці, що сприятиме вирішенню наростаючих екологічних проблем.

Відомо, що регіонально-галузевий підхід є одним із ефективних шляхів у розв'язанні глобальних соціально-економічно-екологічних проблем, які загрожують людству у недалекій перспективі, тобто, досягнення сталого розвитку можливе лише при досягненні сталості розвитку кожної галузі, в тому числі на рівні регіону.

Одним із важливих секторів економіки, який відіграє значну роль у забезпеченні соціально-економічного розвитку регіонів є роздрібна торгівля, оскільки вона становить ту ланку в процесі виробництва та розподілу

підприємств, яка щодня задовольняє потреби жителів регіонів у товарах та послугах, необхідних для підтримання якісного рівня їхньої життєдіяльності.

На жаль, дослідження роздрібної торгівлі сьогодні переважно відбувається з позиції обміну та розподілу, проте вчені не достатньо уваги приділяють її вивченню через призму вирішення соціально-економічно-екологічних проблем.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Великий вклад у дослідження парадигми сталого розвитку зробили такі вчені, як: Б. Буркинський, З. Герасимчук, Б. Данилишин, Г. Дейлі, Г. Брундтланд, А. Паччеї, А. Гранберг, В. Коптюг, В. Добровольський, А. Долінський, С. Дорогунцов, М. Згуровський, А. Кокорин, О. Луговой, Д. Медоуз, М. Месарович, Л. Мельник, А. Новоселов, Г. Станслер, Н. Чепурних.

Проблеми розвитку роздрібної торгівлі досліджували такі вчені, як Д. Ферні, К. Мур, М. Леві, Б. Вейтц, Л. Брагіна, І. Адізес, А. Мазаракі, Т. Данько, І. Бланк,

Таблиця 1. Переваги регіонального підходу для забезпечення соціально-економічно-екологічного розвитку території та важливі аспекти роздрібно-торгівлі для забезпечення сталого розвитку регіону

Автор	Переваги регіонального підходу для забезпечення соціально-економічно-екологічного розвитку території	Важливі аспекти роздрібно-торгівлі для забезпечення сталого розвитку регіону	Вплив РРТМ на регіон		
			Економічний	Соціальний	Екологічний
	Регіон є оптимальне середовище для реалізації локальних відтворювальних циклів	РРТМ забезпечує розподіл та обмін, може впливати на споживання, корегуючи його структуру із ціллю покращення здоров'я населення та зниження використання не відновлювальних природних ресурсів	+	+	+
	У регіонах реалізуються спільні соціально-економічно-екологічні інтереси громад	Задовольняє потреби населення у товарах та послугах необхідних для безпечної життєдіяльності (організовує контроль якості та екологічності товарів)	+	+	+
В.В. Пилипів [1]	У регіонах створюються передумови соціально-економічної та функціональної самодостатності	РРТМ бере участь у створенні регіональних кластерів, що суттєво підвищує операційну ефективність торгівельних організацій та сприяє соціально-економічному розвитку регіону	+	+	
С. Sadowskiej [2]	Регіональна економіка може протистояти глобалізаційним процесам, нівелювати їх негативні наслідки та стимулювати процеси зростання	Може консолидувати малі та середні торгівельні підприємства для протистояння процесам глобалізації	+		
	«кожна людина, пристосовуючись до місцевих умов, може набагато краще, ніж це зробив би замість неї будь-який державний діяч або законодавець, судити про те, в який саме вид вітчизняної промисловості вкласти свій капітал і продукт якої промисловості може дати найбільшу вартість»	Забезпечує реінвестування в економіку регіону	+		
А. Сміт [3]	Зростання регіональної продуктивності досягається за рахунок витод від компактного розміщення підприємств постачальників і користувачів ресурсів, допоміжних виробництв, зосередження на певній місцевості кваліфікованої та спеціалізованої робочої сили	Підвищує операційну ефективність підприємств регіону за рахунок низьких логістичних витрат; знижує споживання пального на одиницю виробленого та реалізованого через РРТМ товару	+		
	Можливість кращого задоволення потреб, підвищення рівня та якості життя територіальної громади	Регіональні роздрібно-торгівлі оператори краще адаптують асортиментні матриці до ментальних особливостей населення регіону		+	
Дж.Е. Стігліц [4]	Територіальна ідентичність спонукає регіональну та місцеву владу до покращення забезпечення громади місцевими суспільними благами, що, окрім іншого, підвищує розмір оренди і взагалі вартість власності в громаді	Підвищує ступінь відповідальності підприємств регіону перед його громадою	+	+	
У. Изард [5]	Регіоналізація допомагає збільшити реальний дохід на душу населення	Створює робочі місця, знижує рівень безробіття	+		
А. Зуев [6]	Забезпечує формування та нарощування соціального капіталу	Торгові об'єкти стають джерелом соціально-економічно-екологічного розвитку території	+	+	+
Дж. Нейсбіт [7]	Враховується наявність «регіональних відмінностей» між людьми, що знаходять вираз у певній системі цінностей, ставленні до життя, у формуванні чогось схожого на «географічний» спосіб мислення	РРТМ при регіональному підході формування задовольняє потреби жителів кожного населеного пункту і навіть кварталу, чи вулиці	+	+	+

Продовження таблиці 1.

Л.А. Яремко [8]	Налагоджування тісного контакту та плідної взаємодії регіонального управління та підприємництва	Забезпечує справедливий рівень цін на соціальні продукти, а також населення важкодоступних та віддалених населених пунктів необхідними товарами	+	
Б. Гаврилишин [9]	Єдина дієва економічна система, в якій рішення ухвалюються на основі домовленості між людьми, що належать до різних частин ідеологічного спектра, та береться відповідальність за прийняті рішення	Володіє високою виконавчою дисципліною досягнутих домовленостей у напрямі асортиментної політики та ціноутворенні	+	+
П. Бурдье [10]	Вигода, яка акумулюється завдяки членству в групі, є базисом можливої солідарності	Населення регіону у більшій мірі довіряє регіональним операторам та виробникам, а ті в свою чергу стараються підвищити рівень задоволення потреб жителів регіону	+	+
Дж. Бакагтіні [11]	Характерна однорідна система цінностей, що відображає етику сімейних і сусідських зв'язків та охоплює всі головні аспекти повсякденного життя	Краще розуміння потреб споживача, а відповідно якісніше їх задоволення	+	+
R. Samagni [12]	Наявність між економічними суб'єктами одного регіону загально-групових інтересів, які проявляються у спільній праці на залучення й утримання капіталу, інновацій та кваліфікованих працівників	Забезпечує синергію при співпраці регіональних роздрібних операторів та інших підприємств регіону	+	
M. Best [13]	Роль окремих регіонів у процесах міжнародної конкуренції зростає в такій мірі, що їх конкурентний статус може прирівнюватись або навіть перевищувати конкурентні позиції традиційних учасників міжнародної конкуренції (країн, ТНК), зокрема: «Силіконова долина», «Бостонський маршрут 122» в США; Північне Онтаріо в Канаді; третя Італія; «Блакитний банан» в Європі	Забезпечує можливість у рамках певного регіону сприяти соціально-економічно-екологічному розвитку його не залежно від ситуації в інших регіонах	+	+
Дж. Б. Хейвуд [14]	Виражена спеціалізація, яка проявляється не лише на виробничтві певних видів продукції та послуг, але й на конкретних функціях – матеріального або нематеріального виробництва	Розвивається у напрямку, який максимально відповідає спеціалізації регіону	+	
M. Китинг [15]	Регіоналізм не обмежується кордонами національного господарства та зигтовує між собою регіони в конкурентній боротьбі, а не надає їм нові ролі у системі міжнародного поділу праці	Стимулює підвищення ефективності за рахунок можливості забезпечення досконалої конкуренції між роздрібними операторами, які можуть функціонувати у регіоні без протекціоністських обмежень	+	
A. Anderson [16]	Для регіону характерні «С-фактори»: компетенція (competence), культура (culture), комунікації (communication) та креативність (creativity)	Володіючи інформацією про потреби споживачів - стимулює розвиток регіональних постачальників товарів та виробників	+	+
M. Портер [17]	Найсприятливіші умови для підвищення конкурентоздатності продукції створюються там, де є географічно близькі взаємозалежні компанії та пов'язані з ними організації, які спільно діють у певній сфері	Регіональний підхід у формуванні РРІМ сприяє розвитку додаткових ключових факторів успіху підприємств регіону, що підвищує їх конкурентоздатність	+	
M. Портер [17]	Географічна близькість компаній, які входять до кластеру, обумовлює більш низькі витрати виробництва за рахунок використання спільної наукової й технологічної інфраструктури	Сприяє підвищенню інноваційної активності регіональних виробників, що призводить до зростання їх конкурентоздатності	+	
M. Енрайт [18]	Формування конкурентних переваг країн відбувається не на національному рівні, а на регіональному	Сприяє входженню роздрібних операторів у регіональні кластери, що забезпечує формування конкурентних переваг регіону	+	
M. Енрайт [18]	Кластерний синергетичний ефект виникає через географічну обмежену концентрацію подібних, пов'язаних або додаткових компаній, з активними каналами для ділових угод, інфраструктурою, трудовим ринком і послугами, які можуть отримати як вигоду від загальних можливостей, так і загальні ризики	Максимально-ефективно використовуються синергетичні ефекти від співпраці із підприємствами регіону та забезпечується смерджентність економіки регіону	+	

Г. Джоунз, Л. Хасіс, О. Чкалова, В. Апопій, Н. Голошубова, А. Цветкова. Проте питання її формування на рівні регіону у напрямі, який би відповідав принципам сталого розвитку та максимального задоволення соціально-економічно-екологічних проблем його, у роботах цих вчених не актуалізувалося. Тому дана проблема, на нашу думку, потребує більш детально вивчення.

ЦІЛІ СТАТТІ

Проаналізувати переваги регіонального підходу для розвитку території, виявити важливі аспекти роздрібної торгівлі для забезпечення соціально-економічно-екологічного становлення регіону та скорегувати сутність дефініції роздрібної торгівлі та регіональної роздрібної торгівельної мережі із позиції сталого розвитку.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Визнання потенційно високої ефективності регіонального господарювання, а, відповідно, і кращої якості впровадження різноманітних програм та проектів на рівні регіону, сьогодні є загальноприйнятною парадигмою.

Причиною цього, на думку вчених, є те, що для жителів кожної території характерний набір неформальних цінностей, норм, правил та ментальних особливостей. Вони поділяються жителями регіону і роблять можливим співробітництво між ними, що є одним із ключових факторів успіху при реалізації складних проектів.

Крім того, суттєвий вплив на успішність розв'язання соціально-економічних проблем на регіональному рівні має наявність тісних комунікацій та взаємодії між регіональною владою та бізнесом, який здійснює діяльність на даній території.

На основі напрацювань вчених щодо ефективності регіонального господарювання та реалізації різноманітних програм і проектів на "мезорівні", нами було досліджено переваги регіонального підходу для забезпечення соціально-економічно-екологічного розвитку території та виділено важливі аспекти роздрібної торгівлі для забезпечення сталого розвитку регіону (табл. 1).

Представлені у таблиці переваги регіонального підходу для забезпечення соціально-економічно-екологічного розвитку території та роль, яку може відігравати у даному процесі роздрібна торгівля, дозволяють зробити висновок про надзвичайну важливість її для функціонування регіону та необхідність інтенсифікації залучення даного сектору економіки до реалізації принципів сталого розвитку на регіональному рівні.

На нашу думку, для імплементації даного завдання, в першу чергу слід на теоретико-методологічному рівні змінити сутність дефініції роздрібної торгівлі, розглянувши її із позиції сталого розвитку.

Для цього спочатку потрібно дослідити існуючі підходи вчених щодо трактування поняття "роздрібна торгівля" (табл. 2).

Слід зауважити, що вищенаведені визначення роздрібної торгівлі розкривають її переважно через призму обміну та споживання і взагалі не відображають її ролі у соціально-економічному розвитку регіонів і, тим більше, не розглядають її через призму сталого розвитку.

Ми вважаємо, що лише кардинальна зміна підходу до визначення сутності роздрібної торгівлі може змінити її роль у суспільстві у напрямі, який сприятиме сталому розвитку регіонів.

Так, на нашу думку, роздрібну торгівлю слід розглядати як галузь економіки, яка на регіональному рівні повинна:

- в економічному аспекті: забезпечувати розподіл та обмін; консолідувати малі та середні торгівельні підприємства для протистояння процесам глобалізації; підвищувати рівень реінвестування в економіку регіону; підвищити операційну ефективність підприємств регіону; забезпечити синергію при співпраці підприємств регіону; підтримувати рівень досконалої конкуренції між роздрібними операторами; стимулювати розвиток регіональних виробників у напрямі максимального задоволення потреб споживачів; сприяти розвитку додаткових ключових факторів успіху підприємств регіону, у тому числі інноваційних, що підвищить їх конкурентоздатність; сприяти входженню роздрібних операторів у регіональні кластери, що забезпечить формування конкурентних переваг регіону;

- у соціальному аспекті: задовольняти потреби жителів конкретної території у товарах та послугах, необхідних для безпечної життєдіяльності у відповідності до їх ментальних особливостей, у тому числі у важкодоступних та віддалених населених пунктах; забезпечити справедливий рівень цін на соціальні продукти; впливати на структуру споживання, корегуючи її у напрямку покращення здоров'я населення; створювати робочі місця та знижувати рівень безробіття; бути надійною ланкою у реалізації продовольчої безпеки;

- в екологічному аспекті: підвищувати ефективність споживання населенням регіону; забезпечувати зниження використання невідновлювальних природних ресурсів; знижувати споживання пального на одиницю виробленого та проданого через регіональну роздрібну торгівельну мережу товару, знижувати споживання електроенергії, упаковки.

Враховуючи запропоновані підходи, щодо сутності та ролі роздрібної торгівлі у суспільстві, які спричинені нагальною необхідністю забезпечення сталого розвитку, очевидно, слід сформулювати якісно нове визначення регіональної роздрібної торгівельної мережі.

Так, на нашу думку, під регіональною роздрібною торгівельною мережею потрібно розуміти сукупність усіх роздрібних торгівельних об'єктів, що діють на визначеній території, яка є окремою адміністративною одиницею, і які повинні максимально задовольняти соціально-економічно-екологічні потреби жителів регіону у відповідності до принципів сталого розвитку.

Ми вважаємо, що лише при такому підході до дефініції регіональної роздрібної торгівельної мережі торгові об'єкти її можуть стати джерелом сталого розвитку території, де вони локалізовані, а галузь роздрібної торгівлі — локомотивом імплементації принципів сталості на рівні регіону.

ВИСНОВОК

Оптимальним для вирішення наростаючих соціально-економічно-екологічних проблем суспільства є регіонально-галузевий підхід, оскільки саме на рівні регіону реалі-

Таблиця 2. Існуючі теоретичні підходи до визначення поняття "роздрібна торгівля"

Джерело	Визначення роздрібно́ї торгівлі
Міністерство зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України	сфера підприємницької діяльності з продажу товарів або послуг на основі усного або письмового договорів купівлі-продажу безпосередньо кінцевим споживачам для їх власного некомерційного використання
Закон України «Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів»	діяльність із продажу товарів безпосередньо громадянам та іншим кінцевим споживачам для їх особистого некомерційного використання незалежно від форми розрахунків, у тому числі на розлив у ресторанах, кафе, барах, інших підприємствах громадського харчування
Державний комітет статистики України	вид економічної діяльності суб'єктів господарювання з продажу (без перероблення) населенню нових та вживаних товарів, призначених переважно для споживання громадянами (приватними особами) або домашніми господарствами, у магазинах, універсальних магазинах, лавках і кіосках, поштових торгових фірмах, торговими посередниками
Міжнародна стандартна галузева класифікація всіх видів економічної діяльності	це перепродаж (продаж без видозміни) нових і вживаних товарів широкій публіці для особистого споживання або домашнього використання, здійснювана магазинами, універмагами, наметами, фірмами, що виконують замовлення поштою, вуличними торговцями або торговцями - розносниками, споживчими кооперативами, фірмами, організуючими продаж з аукціону, і т.п.
Національний стандарт України	вид економічної діяльності в сфері товарообігу, що охоплює купівлю-продаж товарів кінцевому споживачеві та надавання йому торговельних послуг
А.С.Савошенко [19]	це підприємницька діяльність з продажу товарів та послуг на підставі усного або письмового договору купівлі-продажу безпосередньо громадянам та іншим кінцевим споживачам для їхнього особистого некомерційного використання незалежно від форми розрахунків, вона розв'язує двосдине завдання: задовольняє мінливі та зростаючі потреби кінцевого споживача в товарах та послугах і забезпечує створення прибутку суб'єкта господарювання
Д. Гілберт [20]	це будь-який бізнес, який зосереджує свої маркетингові зусилля на задоволенні кінцевого покупця за допомогою організації продажу товарів і послуг
Д.Л. Щур [21]	вид підприємницької діяльності, пов'язаний з реалізацією товарів безпосередньо споживачеві для особистого, побутового, сімейного, домашнього використання
Г.В. Міхєєв [22]	це інтегратор економічних стосунків суб'єктів, що виникають в процесі купівлі-продажу ними товарів і послуг для особистого некомерційного використання, з одного боку, яка виступає ланкою інституціональної інфраструктури і елементом логістичного виробничо-збутового ланцюга, що сполучає виробника сировини (продуктів) з кінцевим споживачем, а з іншою, - адаптером в системі побудови партнерських стосунків між споживачами і виробниками товарів і послуг, орієнтованими на задоволення потреб та росту бізнесу
С.Г. Федосенко [23]	це діяльність щодо продажу товарів безпосередньо громадянам та іншим кінцевим споживачам для їх особистого некомерційного використання незалежно від форми розрахунків, у тому числі в ресторанах, кафе, барах, інших суб'єктах господарської діяльності

існують спільні інтереси громад за рахунок однорідної системи цінностей та створюються передумови функціональної самодостатності. Роздрібна торгівля, як одна із ключових галузей економіки, повинна бути включена у даний процес, що сприятиме становленню регіонів у відповідності до принципів сталого розвитку.

Література:

- Пшипів В.В. Територіальна організація управління в Україні: ідеологія реформування / В.В. Пшипів // Регіональна економіка. — 2011. — №3. — С. 61.
- Problemy rozwoju przygranicznych regionow wschodniej Polski / pod red. C. Sadowskiej-Snarskiej / Wydawnictwo Wyższej Szkoły Economicznej w Białymstoku. -Białystok. — 2002. — S. 15.
- Сміт А. Добробут націй. Дослідження про природу та причини добробуту націй / А. Сміт; пер. з англ. О. Васильєва, М. Межевкіної, А. Малівського. — К.: Port-Royal. — 2001. — С. 278. — (Філософські першоджерела).
- Стігліц Дж.Е. Економіка державного сектора / Дж.Е. Стігліц; пер. з англ. А. Олійник, Р. Скільський. — К.: Основи. — 1998. — С. 757—759, 783.
- Изард У. Методы регионального анализа: введение в науку о регионах / У. Йзард; сокр. пер. с англ. В.М. Гохмана, Ю.Г. Липеца, С.Н. Тагера. // Вступ, статья и редакция А.Е. Пробста. — М.: Прогресс, 1966. — 64 с.
- Зуев А. Социальный капитал и инновационная деятельность / А. Зуев, Л. Мясникова // РИСК. — 2004. — II. — С. 51.
- Нейсбит Дж. Мегатренды / Дж. Нейсбит; пер. с англ. М.Б. Левина. — М.: Изд-во АСТ: ЗАО НПП "Ермак". — 2003. — С. 181.

8. Яремко Л.А. Соціально-економічні ефекти регіонального господарювання та зовнішньоекономічна безпека регіону // Регіональна економіка. — 2011. — №2. — С. 60.
9. Гаврилишин Б. До ефективних суспільств: Дороговкази в майбутнє: доп. Римському Клубові / Б.Гаврилишин; упоряд. В.Рубцов. — Вид. 3-тє, допов. — К.: Унів. вид-во ПУЛЬСАРИ. — 2009. — 248 с.
10. Bourdieu P. The Social Space and the Genesis of Groups / P. Bourdieu // Social Science Information. — 1985. — Vol. 14. — № 6. — P. 723—744.
11. Industrial districts and Inter-firm Cooperation in Italy / Edited by R. Pyce, G. Becattini and W. Sengenberger. Geneva: ILO. — 1991. — P. 237.
12. Camagni R. On the concept of Territorial Competitiveness: Sound or Misleading. — Urban Studies. — Vol.39. — No13. — 2002. — P. 2395—2411.
13. Бест М. Новая конкуренция. Институты промышленного развития / М.Бест; пер.с англ. М.:ТЕИС. — 2002. — С. 356.
14. Хейвуд Дж.Б. Аутсорсинг: в поисках конкурентных преимуществ. М.: Издательский дом "Вильямс". — 2002. — С. 176.
15. Китинг М. Новый регионализм в Западной Европе. Логос №6 (40). — 2003. — С. 67—116.
16. Anderson A. Infrastruktur zur Entwicklung von Regionen // Der Ministerpräsident des Landes Schleswig-Holstein. — Denkfabrik (ed.) Infrastruktur der Kommunikationsgesellschaft. — Schleswig-Holstein als K-region. — Projektgruppe der Denkfabrik Schleswig. — Holstein. — P. 16—19.
17. Портер М. Конкуренция / М. Портер; пер. з англ. — 2005. — С. 608.
18. Enright M. J. Why Clusters are the Way to Win the Game? / M. J. Enright // World Link. — 1992. — No.5, July/August. — P. 24—25.
19. Савощенко А.С. Инфраструктура товарного рынка // Навч. посібник — К.: КНЕУ, 2004. — С. 254.
20. Управление розничным маркетингом: пер. с англ. / под ред. Д. Гилберта. — М.: ИНФРА-М, — 2005. — С. 571.
21. Щур Д.Л., Труханович Л.У. Основы торговли. Роздрібна торгівля. Настольная книга керівника, головбуха і юриста. — М: Вид-во "Річ навіть і Сервіс", — 1999.
22. Михеев Г.В. Терминологические аспекты и экономическая природа сетевой розничной торговли // Научный журнал КубГАУ. — 2012. — №80 (06).
23. Федосенко С.Г. Адміністративно-правова характеристика порушень правил торгівлі алкогольними напоями та тютюновими виробами // Науковий вісник Національного університету державної податкової служби України (економіка, право) Збірник наукових праць. — 2010. — № 4.
- English: O. Vasyli'eva, M. Mezheviki noi, A. Malivs'koho, Philosophy primary source, Port-Royal, P. 278.
4. Stihlits, Dzh. E. (1998), "Economics of the Public Sector" translated from English: A. Olijnyk, R. Skil's'kyj, pp. 757—759, 783.
5. Yzard, U. (1966), "Methods of Regional Analysis: An Introduction to the Science of the regions" translated from English: V. M. Hokhmana, Yu. H. Lypetsa, S. N. Tahera, Vstup, stat'ia y redaktsiya A. E. Probsta, p.64.
6. Zuev, A. (2004), "Social Capital and Innovation", RYSK, part II, p. 51.
7. Nejsbyt, Dzh. (2003), Mehatrendy translated from English M. B. Levyna, M.: Yzd-vo ACT: ZAO NPP "Ermak", p. 181.
8. Yaremko, L.A. (2011), "Socio-economic effects of regional entities and external security of the region", Rehional'na ekonomika, no. 2, p. 60.
9. Havrylyshyn, B. (2009), "For efficient societies roadmap to the future" dop. Rym's'komu Klubovi, no.3, dopov. K.: Univ. vyd-vo PUL'SARY, p. 248.
10. Bourdieu, P. (1985), "The Social Space and the Genesis of Groups", Social Science Information, Vol. 14, no. 6, pp. 723—744.
11. Pyce, R., Becattini, G. and Sengenberger W. (1991), "Industrial districts and Inter-firm Cooperation in Italy", Geneva: ILO, p. 237.
12. Camagni, R. (2002), "On the concept of Territorial Competitiveness: Sound or Misleading", Urban Studies, Vol.39, no13, pp. 2395—2411.
13. Best, M.(2002), "New Competition", translated from English, Ynstytuty promyshlennoho razvytyia, TEYS, p. 356.
14. Khejvud, Dzh.B. (2002), "Autsorsynh: v poyskakh konkurentnykh preymuschestv", Yzdatel's'kyj dom "Vyl'iams", p. 176.
15. Kytynh, M. (2003), "The new regionalism in Western Europe", Lohos, vol. 6, no. 40, p pp.67—116.
16. Anderson, A. , "Infrastructure for the development of regions", Der Ministerpräsident des Landes Schleswig-Holstein, Denkfabrik (ed.) Infrastruktur der Kommunikationsgesellschaft, Schleswig-Holstein als K-region, Projektgruppe der Denkfabrik Schleswig, Holstein, pp. 16—19.
17. Porter, M. (2005), "Competition", translated from English, p. 608.
18. Enright, M. J.(1992), "Why Clusters are the Way to Win the Game?", World Link, no.5, July/August, pp. 24—25.
19. Savoschenko, A.S. (2004), "Infrastruktura tovarnoho rynku", Navch. Posibnyk KNEU, p. 254.
20. Hylberta, D.(2005), "Management of retail marketing" translated from English, YNFRA-M, p. 571.
21. Schur, D.L. and Trukhanovych, L.U. (1999), "Basics trade. Retail. Tabletop book manager, accountant and lawyer", Rich navit' i Servis.
22. Mykheev, H.V. (2012), "Terminological aspects and economic nature of the retail network", Nauchnyj zhurnal KubHAU, vol. 80, no. 06.
23. Fedosenko, S.H. (2010), "Administrative and legal description of violations of trade in alcoholic beverages and tobacco", Naukovyj visnyk Natsional'noho universytetu derzhavnoi podatkovoi sluzhby Ukrainy (ekonomika, pravo) Zbirnyk naukovykh prats', no. 4.

Стаття надійшла до редакції 01.10.2013 р.