

## РОЗВИТОК МАГАЗИННОЇ ТОРГІВЛІ ІВАНО-ФРАНКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

©2018 БЕГЛАРАШВІЛІ О. П., ГРИГОРЕНКО Т. М.

УДК 339.17 (477.86)

**Бегларашвілі О. П., Григоренко Т. М. Розвиток магазинної торгівлі Івано-Франківської області**

У статті проаналізовано сучасний стан і тенденції розвитку магазинної торгівлі Івано-Франківської області у 2010–2016 рр. Висвітлено регіональні аспекти основних показників розвитку магазинів: динаміку роздрібного товарообороту підприємств роздрібною торгівлі; роздрібний товарооборот у міських поселеннях та сільській місцевості, продовольчих та непродовольчих товарів на 1 особу; динаміку показників розвитку магазинів роздрібною торговельною мережі підприємств – юридичних осіб; динаміку розвитку магазинів самообслуговування та інші. Запропоновано заходи щодо нівелювання диспропорції розвитку роздрібною торговельною мережі в міських поселеннях та сільській місцевості Івано-Франківської області.

**Ключові слова:** роздрібна торговельна мережа, магазин, роздрібний товарооборот, показники розвитку магазинів, торговельна площа.

**Табл.:** 5. **Рис.:** 1. **Бібл.:** 11.

**Бегларашвілі Оксана Петрівна** – кандидат економічних наук, доцент кафедри торговельного підприємництва та логістики, Київський національний торговельно-економічний університет (вул. Кіото, 19, Київ, 02156, Україна)

**E-mail:** puente@meta.ua

**Григоренко Тетяна Миколаївна** – кандидат економічних наук, старший викладач кафедри торговельного підприємництва та логістики, Київський національний торговельно-економічний університет (вул. Кіото, 19, Київ, 02156, Україна)

**E-mail:** tetyanagrygorenko@gmail.com

УДК 339.17 (477.86)

**Бегларашвілі О. П., Григоренко Т. М. Развитие магазинной торговли Ивано-Франковской области**

В статье проанализировано современное состояние и тенденции развития магазинной торговли Ивано-Франковской области в 2010–2016 гг. Отражены региональные аспекты основных показателей развития магазинов: динамика розничного товарооборота предприятий розничной торговли; розничный товарооборот в городах и сельской местности, продовольственных и непродовольственных товаров на 1 человека; динамика показателей развития магазинов розничной торговой сети предприятий – юридических лиц; динамика развития магазинов самообслуживания и другие. Предложены меры по нивелированию диспропорции развития розничной торговой сети в городах и сельской местности Ивано-Франковской области.

**Ключевые слова:** розничная торговая сеть, магазин, розничный товарооборот, показатели развития магазинов, торговая площадь.

**Табл.:** 5. **Рис.:** 1. **Библ.:** 11.

**Бегларашвілі Оксана Петрівна** – кандидат економічних наук, доцент кафедри торгового підприємництва та логістики, Київський національний торговельно-економічний університет (вул. Кіото, 19, Київ, 02156, Україна)

**E-mail:** puente@meta.ua

**Григоренко Тетяна Миколаївна** – кандидат економічних наук, старший преподаватель кафедры торгового предпринимательства и логистики, Киевский национальный торговельно-економічний університет (вул. Кіото, 19, Київ, 02156, Україна)

**E-mail:** tetyanagrygorenko@gmail.com

UDC 339.17 (477.86)

**Beglarashvili O. P., Grygorenko T. M. The Development of the Store Trade in the Ivano-Frankivsk Region**

The article analyzes the current status and development tendencies of the Ivano-Frankivsk region's store trade in 2010–2016. The regional aspects of the main indicators of the development of stores are reflected: dynamics of retail turnover of retail trade enterprises; retail turnover in cities and rural areas, food and non-food products per capita; dynamics of indicators as to development of stores of retail trade network of the enterprises as legal entities; dynamics of development of self-service stores and others. Measures for leveling the disproportion in the development of retail trade network both in the cities and the rural areas of the Ivano-Frankivsk region are suggested.

**Keywords:** retail trade network, store, retail turnover, indicators of development of stores, retail space.

**Tbl.:** 5. **Fig.:** 1. **Bibl.:** 11.

**Beglarashvili Oksana P.** – PhD (Economics), Associate Professor of the Department of Trade Entrepreneurship and Logistics, Kyiv National University of Trade and Economics (19 Kioto Str., Kyiv, 02156, Ukraine)

**E-mail:** puente@meta.ua

**Grygorenko Tetyana M.** – PhD (Economics), Senior Lecturer of the Department of Trade Entrepreneurship and Logistics, Kyiv National University of Trade and Economics (19 Kioto Str., Kyiv, 02156, Ukraine)

**E-mail:** tetyanagrygorenko@gmail.com

Роздрібна торгівля є важливою сферою вітчизняної економіки та значущим чинником економічного зростання держави, завдяки якій підтримується збалансованість виробництва та споживання, забезпечується підтримка товаровиробників та конкурентоспроможність товарів і суб'єктів господарювання, здійснюється наповнення бюджету країни, формується суттєва частка валової доданої вартості в Україні, забезпечується робочими місцями економічно активне населення, підвищується рівень якості його життя.

Роздрібна торгівля – найважливіший вид економічної діяльності у сфері товарного обігу. Здійсню-

ючи купівлю-продаж товарів безпосередньо кінцевому споживачу для особистого, сімейного і домашнього використання, не пов'язаного з підприємницькою діяльністю, та надаючи різні види послуг, вона задовольняє потреби споживача в них і забезпечує безперервність процесу суспільного відтворення [3].

Роздрібна торгівля як ланка розвитку національної та регіональної економіки набуває особливого значення в умовах динамічних трансформаційних процесів, які привели до радикальних змін економічних умов функціонування об'єктів роздрібною торгівлі, виникнення значних диспропорцій у рівнях її розвитку.

**М**аксимальне задоволення попиту та потреб населення в різних видах товарів та торговельних послугах вимагає збалансованого та раціонально організованого процесу розвитку роздрібної торгівлі, оптимізації її кількісного та якісного складу. Вагомим значення набувають питання раціонального розміщення різних видів та типів торговельних об'єктів на території міст, селищ і певних регіонів, зокрема магазинів, які є основним каналом роздрібно-го продажу товарів.

Розташування магазинів без урахування соціальних, демографічних, територіальних особливостей адміністративних центрів, призводить до дисбалансу в соціально-економічному розвитку територій регіонів та обґрунтовує актуальність проведення даного дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій показав, що дослідженню проблем ефективного розвитку торгівлі в Україні приділялося багато уваги в працях провідних українських вчених А. А. Мазаракі, І. О. Бланка [5], І. В. Височин [2], Л. О. Лігоненко [4], В. В. Апопія [1], Н. О. Голошубової [3], О. О. Тараненко [10] та ін. У роботах цих авторів визначено умови розвитку галузі в різні часові періоди; проведено аналіз факторів, що впливають на діяльність підприємств торгівлі; теоретично обґрунтовано сутність та принципи формування систем торговельного обслуговування та організація діяльності підприємств торгівлі; розглянуто питання особливості трансформації формату та структури роздрібної торгівлі; досліджено проблеми регіональної експансії та глобалізації роздрібної торгівлі; визначено стратегічні підходи до розвитку роздрібної торгівлі.

Окремі аспекти особливостей розвитку мережевої торгівлі в різних країнах світу досліджувалися і зарубіжними науковцями, а саме: Б. Берманом, К. Муром, Дж. Ферні [11], Л. Хасісом. Однак залиша-

ється низка проблем розвитку роздрібної торговельної мережі на регіональному рівні, які потребують більш детального розгляду.

*Метою* статті є висвітлення розвитку магазинної форми торгівлі в Івано-Франківській області.

Роздрібна торгівля є однією із найбільш перспективних підгалузей української економіки в життєзабезпеченні населення регіонів та України в цілому. Адже саме вона забезпечує населення товарами і послугами, сприяє наповненню регіональних бюджетів та забезпеченню фінансової стабільності регіонів. Рівень розвитку роздрібної торгівлі – це найважливіший індикатор, що відображає соціально-економічні процеси, які відбуваються в регіоні, динаміку зміни рівня життя населення.

**О**дним із головних показників, що характеризує розвиток роздрібної торгівлі в регіоні та країні, є роздрібний товарооборот. Показники, що характеризують роздрібний товарооборот у магазинах підприємств – юридичних осіб у Івано-Франківській області протягом 2010–2016 рр., наведено в *табл. 1*.

Дані, що містяться у табл. 1, дають підстави стверджувати про зростання роздрібно-го товарообороту підприємств роздрібної торгівлі (крім торгівлі автомобілями, мотоциклами та пальним) у Івано-Франківській області протягом 2010–2016 рр. у 2,7 разу – з 3092,4 млн грн у 2010 р. до 8280,3 млн грн у 2016 р. Аналогічну тенденцію можна спостерігати із показником товарообороту в магазинах, що торгують переважно продовольчими та непродовольчими товарами. Існує також тенденція до суттєвого зростання товарообороту поза магазинами (майже у 52 рази) – з 2,5 млн грн у 2010 р. до 130,1 млн грн у 2016 р.

Дослідивши показники, що проілюстровані на *рис. 1*, можна дійти висновку, що протягом 2010–2016

**Таблиця 1**

**Роздрібний товарооборот підприємств роздрібної торгівлі (крім торгівлі автомобілями, мотоциклами та пальним) у Івано-Франківській області, 2010–2016 рр.**

Товарооборот, млн грн	2010 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2016 р. до 2010 р., %
Товарооборот усього, у тому числі, що торгують переважно:	3092,4	6161,7	6936,6	8280,3	268
продовольчими товарами в неспеціалізованих магазинах	1074,9	2048,3	2220,8	2935,4	273
продовольчими товарами в спеціалізованих магазинах	41,8	305,7	127,5	99,7	239
непродовольчими товарами в неспеціалізованих магазинах	58,4	69,7	142,1	184,9	317
непродовольчими товарами в спеціалізованих магазинах	1914,7	3716,5	4333,9	4930,2	257
поза магазинами	2,5	11,6	112,3	130,1	5204

*Джерело:* складено за [6, с. 24–25; 7 с. 19; 8, с. 19].

років значно зріс показник роздрібного товарообороту продовольчих і непродовольчих товарів на 1 особу в міських поселеннях і сільській місцевості – більше, ніж у два рази. Зауважимо, що в цей період темп зростання роздрібного товарообороту продовольчих товарів склав 2,7 разу, водночас аналогічний показник по непродовольчих товарах зріс лише у 2,3 разу, що вказує на певний рівень диспропорції споживання.

у Івано-Франківській області протягом 2010–2016 рр. надано в *табл. 2*.

Проведений аналіз показників, наданих у *табл. 2*, виявив, що протягом досліджуваного періоду в Івано-Франківській області зменшилася кількість магазинів зі 1293 од. у 2010 р. до 1079 од. у 2016 р., що становить 17%. Спостерігається також тенденція зниження кількості магазинів у міських поселеннях – з 868 од.



**Рис. 1. Роздрібний товарооборот продовольчих і непродовольчих товарів на 1 особу в міських поселеннях та сільській місцевості Івано-Франківської області, 2010–2016 рр. (грн)**

Джерело: складено за [8, с. 13–14].

За даними Державної служби статистики, індекс фізичного обсягу роздрібного товарообороту в Івано-Франківській області у 2010 р. становив 103,8 (у відсотках до попереднього року, у порівнянних цінах), у 2014 р. – 99,5%, у 2015 р. – 82,9% і у 2016 р. – 100,9%. Таким чином, можна спостерігати ситуацію, коли обсяг товарообороту у грошовому вимірі зростає, а у фізичному знижується [9, с. 15].

Незважаючи на стрімке зростання позамагазинних форм торгівлі, магазин залишається основним об'єктом роздрібною торгівлі. Це пов'язано з тим, що в магазинах покупцям може бути наданий найширший асортимент товарів та можливості їх зручного вибору. Застосування сучасного обладнання, правильна організація торгово-технологічного процесу, раціональна спрямованість потоків покупців, застосування привабливої викладки товарів та використання різноманітних P.O.S.-матеріалів привертають увагу покупців та значно спрощують процес вибору товарів, підвищують культуру обслуговування. Можливість організації надання додаткових торговельних і культурно-побутових послуг створюють покупцям комфортні умови перебування в магазинах. Динаміку показників розвитку магазинів роздрібною торговельною мережі підприємств – юридичних осіб

у 2010 р. до 813 од. у 2016 р. (на 6%) і суттєве зменшення їх кількості в сільській місцевості – на 37%.

Зуважимо, що протягом досліджуваного періоду збільшився показник торговельної площі на 1 магазин. Так, якщо у 2010 р. торговельна площа одного магазину становила 131 м<sup>2</sup>, то у 2016 р. – 156 м<sup>2</sup>, тобто зросла на 19%. Варто відмітити той факт, що середня торговельна площа одного магазину в сільській місцевості за 2010–2016 рр. зросла на чверть.

Слід зазначити, що забезпеченість населення торговельною площею магазинів на 10000 осіб у Івано-Франківській області в міських поселеннях знизилась на 1% – із 1224 м<sup>2</sup> у 2010 р. до 1216 м<sup>2</sup> у 2016 р.

Виходячи із даних *табл. 2*, можна також спостерігати тенденцію до зростання показника навантаження на один магазин у сільській місцевості. Так, якщо у 2010 р. на 1 магазин припадало 1841 особа, то у 2016 р. – вже 2913.

Проводячи дослідження тенденцій розвитку роздрібною торговельною мережі в Івано-Франківській області, варто проаналізувати показники, що характеризують мережу магазинів з торгівлі продовольчими товарами підприємств – юридичних осіб, які містяться в *табл. 3*.

Таблиця 2

## Магазини підприємств – юридичних осіб у Івано-Франківській області, 2010–2016 рр.

Показник	2010 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2016 р. до 2010 р., %
Кількість магазинів, од.:	1293	1166	1117	1079	83
у міських поселеннях, од.	868	825	824	813	94
їх частка, %	67	71	74	75	+8
у сільській місцевості, од.	425	341	293	266	63
Торговельна площа магазинів, тис. м <sup>2</sup> :	169	169	167	168	99
у міських поселеннях, тис. м <sup>2</sup>	146	147	149	151	103
їх частка, %	86	87	89	90	+3
у сільській місцевості, тис. м <sup>2</sup>	22	21	18	17	77
Забезпеченість населення торговельною площею магазинів, м <sup>2</sup> на 10000 осіб:	1224	1219	1204	1216	99
у міських поселеннях	2452	2446	2460	2502	102
у сільській місцевості	288	270	229	212	74
Торговельна площа на 1 магазин, м <sup>2</sup> :	131	145	150	156	119
у міських поселеннях	168	178	181	186	110
у сільській місцевості	52	62	61	64	123
Навантаження на 1 магазин:	1067	1186	1238	1279	120
у міських поселеннях	688	730	734	744	108
у сільській місцевості	1841	2287	2655	2913	158

Джерело: складено за [8, с. 86–88, 94–95].

Таблиця 3

## Мережа магазинів з торгівлі продовольчими товарами підприємств – юридичних осіб у Івано-Франківській області, 2010–2016 рр.

Магазини	2010 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2016 р. до 2010 р., %
Неспеціалізовані магазини, од.:	599	485	438	394	66
їхня торговельна площа, тис. м <sup>2</sup>	42	33	32	31	74
Супермаркети та універсами (від 400 до 2499 м <sup>2</sup> ), од.:	40	49	46	51	128
їхня торговельна площа, тис. м <sup>2</sup>	31	40	38	41	132
Гіпермаркети (від 2500 м <sup>2</sup> і більше), од.:	3	3	3	2	67
їхня торговельна площа, тис. м <sup>2</sup>	17	10	10	7	41
Спеціалізовані продовольчі магазини, од.:	94	109	10	112	119
їхня торговельна площа, тис. м <sup>2</sup>	5	5	6	6	120
Разом продовольчі магазини, од.:	736	646	594	559	76
їхня торговельна площа, тис. м <sup>2</sup>	95	89	86	85	89

Джерело: складено за [8, с. 98, 100–103].

При дослідженні показників, що представлені в табл. 3, було виявлено зменшення загальної кількості продовольчих магазинів протягом 2010–2016 рр. з 736 од. у 2010 р. до 559 од. у 2016 р. Можна також зробити висновок про зменшення кількості неспеціалізованих магазинів, що реалізують продовольчі товари на 34% протягом досліджуваного періоду та зменшення їхньої торговельної площі на 26%.

Разом із тим можна стверджувати про зростання кількості та торговельної площі супермаркетів, універсамів та спеціалізованих продовольчих магазинів. Зниження кількості гіпермаркетів з 3 од. у 2010 р. до 2 од. у 2016 р. призвело до зменшення їх торговельної площі протягом досліджуваного періоду на 59%.

Аналізуючи тенденції розвитку мережі магазинів у Івано-Франківській області, проведемо до-

слідження показників, що характеризують торгівлю непродовольчими товарами підприємств – юридичних осіб роздрібною торговельною мережею протягом 2010–2016 рр. (табл. 4).

Протягом досліджуваного періоду мережа магазинів з торгівлі непродовольчими товарами підприємств – юридичних осіб у Івано-Франківській області зазнала певних змін. Так, кількість неспеціалізованих непродовольчих магазинів знизилася майже вдвічі, а їхня торговельна площа – майже на третину, що свідчить про їх укрупнення.

Кількість універмагів зросла до двох, на один універмаг у середньому припадає 14 тис. м<sup>2</sup> торговельної площі. Однак єдиний будинок торгівлі в області припинив своє існування.

Варто також відмітити, що кількість спеціалізованих магазинів з продажу непродовольчих товарів

знизилася з 527 од. у 2010 р. до 504 од. 2016 р., що становить 4%. Однак їхня торговельна площа за аналогічний період скоротилася майже на чверть.

Загалом можна стверджувати про зменшення кількості непродовольчих магазинів у Івано-Франківській області, однак зростання їхньої торговельної площі можна пояснити появою великих універмагів.

Прогресивним методом продажу товарів для населення є самообслуговування, оскільки це сприяє якомого більшому рівню задоволення потреб споживачів та скороченню рівня витрат на торговельно-технологічні процеси в магазині. Показники, що характеризують динаміку розвитку магазинів самообслуговування в Івано-Франківській області протягом 2010–2016 рр., представлено в табл. 5.

Дані, що містяться в табл. 5, свідчать про зростання кількості магазинів самообслуговування з про-

Таблиця 4

**Мережа магазинів з торгівлі непродовольчими товарами підприємств – юридичних осіб у Івано-Франківській області, 2010–2016 рр.**

Магазин	2010 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2016 р. до 2010 р., %
Неспеціалізовані магазини, од.:	29	23	22	14	48
їхня торговельна площа, тис. м <sup>2</sup>	3	3	2	2	67
Універмаги (від 2500 м <sup>2</sup> і більше), од.:	–	–	2	2	–
їхня торговельна площа, тис. м <sup>2</sup>	–	–	28	28	–
Будинки торгівлі (від 1000 до 2499 м <sup>2</sup> ), од.:	1	–	–	–	–
їхня торговельна площа, тис. м <sup>2</sup>	1	–	–	–	–
Спеціалізовані непродовольчі магазини, од.:	527	497	499	504	96
їхня торговельна площа, тис. м <sup>2</sup>	69	77	51	53	77
Разом непродовольчі магазини, од.:	557	520	523	520	93
їхня торговельна площа, тис. м <sup>2</sup>	74	80	81	83	112

Джерело: [8, с. 99, 104–107].

Таблиця 5

**Магазини самообслуговування в Івано-Франківській області, 2010–2016 рр.**

Магазини	2010 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2016 р. до 2010 р., %
Продовольчі магазини самообслуговування, од.:	84	94	103	119	142
їхня торговельна площа, тис. м <sup>2</sup>	54	56	56	58	107
торговельна площа на 1 магазин, м <sup>2</sup>	643	596	544	487	76
Непродовольчі магазини самообслуговування, од.:	35	36	48	52	149
їхня торговельна площа, тис. м <sup>2</sup>	31	37	40	41	132
торговельна площа на 1 магазин, м <sup>2</sup>	886	1028	833	788	89
Разом магазини самообслуговування, од.:	119	130	151	171	144
їхня торговельна площа, тис. м <sup>2</sup>	86	93	96	99	115
торговельна площа на 1 магазин, м <sup>2</sup>	723	715	636	579	80

Джерело: складено за [8, с. 108–110].

дажу продовольчих і непродовольчих товарів у Івано-Франківській області протягом досліджуваного періоду. Однак варто зауважити, що торговельна площа на один магазин самообслуговування з продажу продовольчих товарів складає усього 76 м<sup>2</sup>, а з продажу непродовольчих товарів – 89 м<sup>2</sup>.

## ВИСНОВКИ

Роздрібна торговельна мережа магазинів Івано-Франківській області у 2010–2016 рр. зазнала структурних змін. Про це свідчить зменшення кількості магазинів у міських поселеннях та суттєве зменшення їх кількості в сільській місцевості, але можна спостерігати тенденцію до їх укрупнення, що підтверджує збільшення показників торговельної площі та навантаження на 1 магазин. Разом із тим, зростає кількість супермаркетів та спеціалізованих продовольчих магазинів. Загалом можна стверджувати про зменшення кількості непродовольчих магазинів у Івано-Франківській області, однак зростання їхньої торговельної площі можна пояснити появою великих універмагів. Усе це свідчить про дисбаланс у розвитку магазинної торгівлі Івано-Франківської області.

Для нівелювання диспропорцій розвитку роздрібною торговельною мережею в міських поселеннях та сільській місцевості Івано-Франківської області варто було б посилити координацію процесів розвитку та розміщення торговельної мережі магазинів з боку органів місцевого самоврядування відповідно до Генеральних планів розвитку територій та нормативів забезпеченості населення в усіх видах торговельних об'єктів, у тому числі магазинах; стимулювати розвиток сучасних типів магазинів і досягти оптимального співвідношення між ними та іншими видами торговельних об'єктів; створити ефективну систему державного регулювання структурно-територіальної організації роздрібною торгівлі. ■

## ЛІТЕРАТУРА

1. **Апопій В. В., Горбатюк В., Процишин О. Р.** Внутрішня торгівля України: нові вектори розвитку. *Вісник Львівської комерційної академії. Сер. : Економічна.* 2011. Вип. 37. С. 178–184.
2. **Височин І. В.** Управління товарооборотом підприємств роздрібною торгівлі : монографія. Київ : КНТЕУ, 2012. 543 с.
3. **Голошубова Н.** Роздрібна торговельна мережа України: стан і тенденції розвитку. *Економіка України.* 2008. № 9. С. 74–85.
4. **Лігоненко Л., Красневич Г.** Інноваційний вектор розвитку торгівлі в Україні. *Товари і ринки.* 2011. № 1. С. 7–14.
5. Внутрішня торгівля України: економічні умови ефективного розвитку : монографія / А. А. Мазаракі, І. О. Бланк, Л. О. Лігоненко та ін. Київ : КНТЕУ, 2006. 195 с.
6. Роздрібна торгівля України у 2014 році. Київ : Державна служба статистики України, 2015. 152 с.
7. Роздрібна торгівля України у 2015 році. Київ : Державна служба статистики України, 2016. 126 с.

8. Роздрібна торгівля України у 2016 році. Київ : Державна служба статистики України, 2017. 123 с.

9. Статистичний щорічник України за 2016 рік. Київ : Державна служба статистики України, 2017. 610 с.

10. **Тараненко О. О.** Тенденції та чинники розвитку роздрібною торгівлі України. *Економічний простір.* 2012. № 64. С. 126–131.

11. **Ферни Дж., Ферни С., Мур К.** Принципи розничної торгівлі / пер. с англ. У. Сапциновой. М. : Олимп-Бизнес, 2008. 416 с.

## REFERENCES

**Apopii, V. V., and Horbatiuk, V., Protsyshyn, O. R.** "Vnutrishnia torhivlia Ukrainy: novi vektory rozvytku" [Domestic trade of Ukraine: new vectors of development]. *Visnyk Lvivskoi komertsiiinoi akademii. Ser. : Ekonomichna.* Issue 37 (2011): 178–184.

Ferni, G. and Ferni. S., Mur, K. *Printsipy roznychnoy togovli* [Principles of retail trade] / transl. from English by U. Saptsinovoy. Moscow: Olimp-Biznes, 2008.

Holoshubova, N. "Rozdribna torhovelnna merezha Ukrainy: stan i tendentsii rozvytku" [Retail trade network of Ukraine: state and development trends]. *Ekonomika Ukrainy.* No. 9 (2008): 74–85.

Lihonenko, L., and Krasnevych, H. "Innovatsiinyi vektor rozvytku torhivli v Ukraini" [Innovative vector of trade development in Ukraine]. *Tovary i rynky,* no. 1 (2011): 7–14.

*Rozdribna torhivli Ukrainy u 2014 rotsi* [Retail trade of Ukraine in 2014 year]. Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 2015.

*Rozdribna torhivli Ukrainy u 2015 rotsi* [Retail trade of Ukraine in 2014 year]. Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 2016.

*Rozdribna torhivli Ukrainy u 2016 rotsi* [Retail trade of Ukraine in 2014 year]. Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 2017.

*Statystychnyi shchorichnyk Ukrainy za 2016 rik* [Statistical Yearbook of Ukraine for 2016]. Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 2017.

Taranenko, O. O. "Tendentsii ta chynnyky rozvytku rozdribnoi torhivli Ukrainy" [Trends and factors of retail trade in Ukraine]. *Ekonomichnyi prostir,* no. 64 (2012): 126–131.

*Vnutrishnia torhivlia Ukrainy: ekonomichni umovy efektyvnoho rozvytku* [Domestic trade of Ukraine: economic conditions of effective development] / A. A. Mazaraki, I. O. Blank, L. O. Lihonenko et al. Kyiv: KNTEU, 2006.

Vysochyn, I. V. *Upravlinnia tovarooborotom pidpriemstv rozdribnoi torhivli* [Trade turnover of retail companies]. Kyiv: KNTEU, 2012.