

ДЕТЕРМІНАНТИ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

©2021 ПУГАЧЕВСЬКА К. Й., ЛИЗАНЕЦЬ А. Г., ГОМБА М. В.

УДК 339.37(477)
JEL: F10; F13; F16

Пугачевська К. Й., Лизанець А. Г., Гомба М. В. Детермінанти розвитку внутрішньої торгівлі в Україні

Інтенсифікація глобалізаційних процесів і перехід економічно розвинених країн до постіндустріальної стадії розвитку визначають сучасний вектор структурно-інституціональної трансформації внутрішнього ринку в цілому та торгівлі зокрема. Метою статті є оцінка детермінант розвитку внутрішньої торгівлі в Україні. Проаналізовано індикатори розвитку внутрішньої торгівлі. Наведено регіональну структуру роздрібного товарообороту України. Охарактеризовано ризики та загрози зовнішньоторговельної лібералізації для вітчизняних товаровиробників. Розраховано частку імпортованих продовольчих і непродовольчих товарів, проданих через торговельну мережу підприємств. Наведено товарну структуру імпорту за широкими економічними категоріями. Ідентифіковано ризики зростаючої імпортозалежності економіки України в товарах для кінцевого та проміжного споживання. Обґрунтовано, що одним із важливих векторів підвищення ефективності національної економіки є структурні зміни у сфері внутрішньої торгівлі. Узагальнено перспективи розвитку внутрішньої торгівлі в Україні, у тому числі зумовлені впливом пандемії COVID-19. Аргументовано, що коронакриза є одним із ключових викликів для бізнесу в сучасних умовах, що охопила всі його аспекти – від галузевих до глобальних ланцюгів постачань. Визначено пріоритетність цифрової трансформації підприємств задля захисту власних позицій від високих технологій конкурентів і можливості скористатися більшою функціональністю цифрових бізнес-моделей з їх адаптивністю та продуктивністю. Обґрунтовано, що процеси глобалізації в умовах коронакризи уповільнились, що може призвести до суттєвих змін у структурі ринку, вплинути на розподіл онлайн- та офлайн-торгівлі. Перспективою подальших досліджень у даному напрямі є прогнозування викликів і загроз постпандемічного розвитку для внутрішнього ринку України.

Ключові слова: внутрішній ринок, торговельні підприємства, імпортозалежність, внутрішня торгівля, оптова торгівля, роздрібна торгівля.

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-10-240-246>

Рис.: 3. **Табл.:** 3. **Бібл.:** 9.

Пугачевська Катерина Йозефівна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту та управління економічними процесами, Мукачівський державний університет (вул. Ужгородська, 26, Мукачево, 89600, Україна)

E-mail: kpugachevska@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0921-6583>

Лизанець Анжела Гейзівна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту та управління економічними процесами, Мукачівський державний університет (вул. Ужгородська, 26, Мукачево, 89600, Україна)

E-mail: anzhizanets@gmail.com

Гомба Микола Васильович – аспірант кафедри менеджменту та управління економічними процесами, Мукачівський державний університет (вул. Ужгородська, 26, Мукачево, 89600, Україна)

E-mail: nikolasgomba1995@gmail.com

UDC 339.37(477)
JEL: F10; F13; F16

Pugachevska K. Y., Lyzanets A. H., Gomba M. V. Determinants of Domestic Trade Development in Ukraine

Intensification of globalization processes and transition of economically developed countries to the post-industrial stage of development determine the modern vector of structural and institutional transformation of the domestic market as a whole and trade in particular. The article is aimed at estimating the determinants of the development of domestic trade in Ukraine. The indicators of internal trade development are analyzed. The regional structure of retail turnover of Ukraine is provided. The risks and threats of foreign trade liberalization for domestic producers are characterized. The share of imported food and non-food products sold through the trade network of enterprises is computed. The commodity structure of imports by wide economic categories is provided. The risks of growing import dependence of the Ukrainian economy in terms of goods for final and intermediate consumption are identified. It is substantiated that one of the important vectors of improving the efficiency of the national economy is structural changes in the sphere of domestic trade. The prospects for the development of domestic trade in Ukraine are generalized, including those caused by the impact of the COVID-19 pandemic. It is argued that the coronavirus crisis is one of the key challenges for business in modern conditions, covering all its aspects – from sectoral to global supply chains. The priority of digital transformation of enterprises in order to protect their own position from high technologies of competitors and the opportunity to take advantage of greater functionality of digital business models with their adaptability and performance is determined. It is substantiated that the processes of globalization in the context of the coronavirus crisis have slowed down, which can lead to significant changes in the structure of the market, affect the distribution of online and offline trading. The prospect of further research in this direction is the forecasting of challenges and threats of the post-pandemic development for the domestic market of Ukraine.

Keywords: domestic market, trade enterprises, import dependence, internal trade, wholesale trade, retail trade.

Fig.: 3. **Tabl.:** 3. **Bibl.:** 9.

Pugachevska Kateryna Yo. – PhD (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management and Economic Management, Mukachevo State University (26 Uzhhorodska Str., Mukachevo, 89600, Ukraine)

E-mail: kpugachevska@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0921-6583>

Lyzanets Anzhela H. – PhD (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management and Economic Management, Mukachevo State University (26 Uzhhorodska Str., Mukachevo, 89600, Ukraine)

E-mail: anzhizanets@gmail.com

Gomba Mykola V. – Postgraduate Student of the Department of Management and Economic Management, Mukachevo State University (26 Uzhhorodska Str., Mukachevo, 89600, Ukraine)

E-mail: nikolasgomba1995@gmail.com

Інтенсифікація глобалізаційних процесів і перехід економічного розвинених країн до постіндустріальної стадії розвитку визначають сучасний вектор структурно-інституціональної трансформації внутрішнього ринку в цілому та торгівлі зокрема. Розвиток внутрішньої торгівлі в Україні нині відбувається в умовах скорочення рівня національного виробництва при одночасному зростанні імпорту, загострення інфляційних і девальваційних процесів і, як наслідок, підвищення цін на товари, зниження платоспроможного попиту внаслідок падіння грошових доходів домашніх господарств. Разом із тим, розвиток внутрішнього ринку країни передбачає не лише прискорене зростання сукупного попиту та пропозиції, але й трансформацію їх структури в напрямку інноваційних та якісних товарів і послуг.

Внутрішній ринок функціонує у формі внутрішньої торгівлі, органічно пов'язаний і невіддільний від неї. Внутрішня торгівля виступає однією з ключових галузей національної економіки, формуючи економічний потенціал країни та задовольняючи потреби споживачів. Структурно сферу внутрішньої торгівлі розподіляють на оптову та роздрібну, причому остання є ключовою ланкою в організації внутрішнього ринку споживчих товарів і провідним видом економічної діяльності у сфері товарного обігу. Ступінь розвитку роздрібною торгівлі характеризує рівень взаємовідносин між виробництвом і споживанням, а зрештою є індикатором рівня життя населення [1].

Проблематика впливу структурних детермінант розвитку внутрішнього ринку є предметом дослідження ряду науковців, зокрема таких: А. Мазаракі, О. Пустовоїт, Т. Осташко, В. Лагутін, К. Пугачевська, М. Якубовський та ін. Сучасний стан і тенденції розвитку внутрішньої торгівлі відображено у працях Л. Лігоненко, Я. Жаліло, В. Точиліна та ін. Разом із тим, аналіз літературних джерел у даному напрямку засвідчив, що в переважній частині праць досліджено локальні характеристики ринково-конкурентних відносин. Аналізуючи нинішній стан розвитку вітчизняної внутрішньої торгівлі, варто відмітити, що в багатьох випадках наявні проблеми та диспропорції розвитку торговельної діяльності є результатом неналежної уваги до проблем торгівлі. Таким чином, потребують поглибленого аналізу детермінанти розвитку внутрішньої торгівлі в Україні з метою ідентифікації векторів її структурної переорієнтації.

Отже, метою статті є оцінка детермінант розвитку внутрішньої торгівлі в Україні.

Одним із важливих векторів підвищення ефективності національної економіки є структурні зміни у сфері внутрішньої торгівлі. З позицій системного підходу внутрішню торгівлю слід розглядати як соціально-економічну систему, що ґрунтується на задоволенні потреб шляхом пропозиції широкого асортименту товарів, який формується завдяки взаємодії підгалузей оптової та роздрібною торгівлі [2]. Статис-

тичні дані свідчать, що частка оптової та роздрібною торгівлі у структурі виробленої продукції суб'єктів господарювання у 2019 р. склала 16,4% (табл. 1).

Варто відмітити також тенденцію до зростання оптового та роздрібною товарообороту за 2015–2020 рр. Так, за інформацією, наданою Державною службою статистики України, роздрібною товарооборот підприємств роздрібною торгівлі склав 863,3 млрд грн, а оборот роздрібною торгівлі – 1201,6 млрд грн. (рис. 1).

Важливим напрямком аналізу роздрібною товарообороту підприємств України є його регіональний розподіл (рис. 2). Як свідчать наведені дані, у 2020 р. найбільші обсяги роздрібною товарообороту припадали на підприємства м. Києва – 23,14%, що зумовлено, передусім, чисельністю його мешканців (зокрема, станом на 1 січня 2021 р. – 2,96 млн осіб), концентрацією значних обсягів грошових доходів населення та їх витрачанням на придбання товарів саме в даному регіоні, зосередженістю значної кількості оптових і роздрібною підприємств у м. Києві (32217 од. у 2019 р., що становить 31,8% чисельності всіх торговельних підприємств в Україні). З-поміж інших регіонів країни помітними обсягами роздрібною товарообороту характеризуються підприємства Дніпропетровської (10,06%), Київської (8,97%), Одеської (7,77%), Харківської (7,17%), Львівської (6,10%) областей.

При цьому ці ж області характеризуються найбільшою часткою підприємств оптової та роздрібною торгівлі (рис. 3).

У нинішніх умовах внутрішній ринок не можна розглядати відособлено від процесів глобалізації, що характеризуються зовнішньоторгівельною лібералізацією, інтеграцією світових фінансових і товарних ринків, експансією ТНК, зростанням обсягів ПШ тощо [4; 5]. Вищенаведене породжує нові загрози та ризики, які здатні суттєво послабити внутрішній ринок. Зокрема, у випадку зовнішньоторгівельної лібералізації йдеться про конкурентний тиск на національних товаровиробників з боку іноземних компаній. Процеси зовнішньоторгівельної лібералізації відповідно до базових теоретичних засад сприяють ефективному розміщенню ресурсів у світовому господарстві через підвищення міжнародної спеціалізації національних економік. Втрати внутрішнього виробника через зростання конкуренції з боку імпорту в такому випадку компенсуватимуться вигодами від його переорієнтації в результаті експорту на зовнішні ринки. Водночас внутрішній ринок України характеризується згортанням пропозиції товарів вітчизняного виробництва, збільшенням імпортової компоненти в задоволенні внутрішнього попиту і, як наслідок, зростанням негативного сальдо зовнішньої торгівлі промисловими товарами. Дані табл. 2 свідчать, що частка імпортованих товарів, проданих через торговельну мережу підприємств у 2020 р.,

Обсяг виробленої продукції суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності у 2015–2019 рр.

Вид економічної діяльності	Код за КВЕД-2010	2015 р.		2016 р.		2018 р.		2019 р.	
		млрд грн	%	млрд грн	%	млрд грн	%	млрд грн	%
Сільське господарство	A	416,6	12,1	474,9	11,3	616,1	9,9	636,7	9,1
Промисловість	B + C + D + E	1606,4	46,6	1920,3	45,5	2797,3	45,1	2934,0	42,0
Будівництво	F	142,2	4,1	180,4	4,3	282,7	4,6	417,4	6,0
Оптова та роздрібна торгівля	G	544,1	15,8	614,1	14,6	1016,2	16,4	1144,3	16,4
Транспорт, складське господарство	H	298,7	8,7	373,5	8,9	510,0	8,2	568,5	8,1
Інформація та телекомунікації	J	131,9	3,8	171,9	4,1	273,9	4,4	335,3	4,8
Фінансова та страхова діяльність	K	40,7	1,2	59,6	1,4	86,8	1,4	109,7	1,6
Інші види діяльності	–	269,3	7,8	423,3	10,0	624,7	10,1	836,1	12,0
Усього	–	3449,9	100,0	4217,8	100,0	6207,7	100,0	6981,9	100,0

Джерело: складено за даними [3].

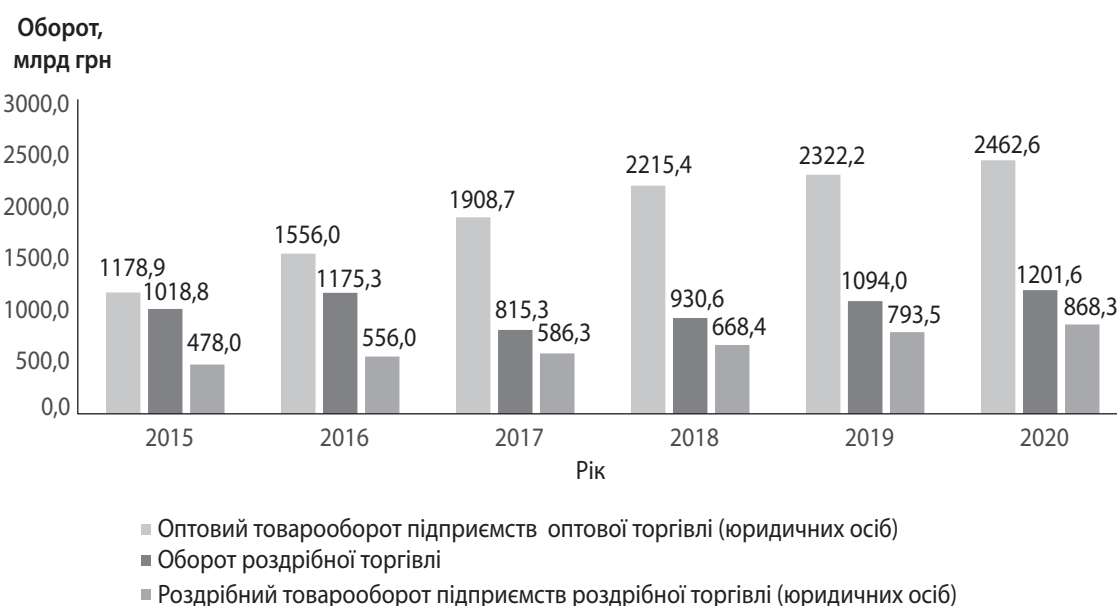


Рис. 1. Індикатори розвитку внутрішньої торгівлі України у 2015–2020 рр.

Джерело: побудовано за даними [3].

склала 46,6%. Частка продовольчих товарів за досліджуваний період коливалася в межах 17,8–20,6%, це дає змогу стверджувати, що вітчизняна харчова промисловість загалом забезпечує зростаючий попит населення, і ситуація на ринку продовольчих товарів не викликає особливого занепокоєння. Проте зовсім інша ситуація складається на ринку непродовольчих товарів. У цьому сегменті споживчого ринку тенденція збільшення імпортованої продукції спостерігається за більшістю (не лише високотехнологічних) товарних позицій, але й практично за всіма видами продукції легкої промисловості.

У структурі імпорту товарів продовжують домінувати товари для проміжного споживання (49,27% у 2020 р.), причому їх частка за останні 5 років суттєво зменшилася (табл. 3). Натомість зросла частка споживчих товарів – 30,06% у 2020 р. Частка імпорту засобів виробництва, які слід розглядати як основу інноваційного розвитку та детермінанту модернізаційних зрушень в економіці України, у 2020 р. склала 20,25%, що на 6,61 в. п. вище, ніж у 2015 р.

Ураховуючи високий рівень доларизації української економіки, структура та темпи зміни розміру внутрішнього ринку товарів суттєво залежать від ди-

Структура, %

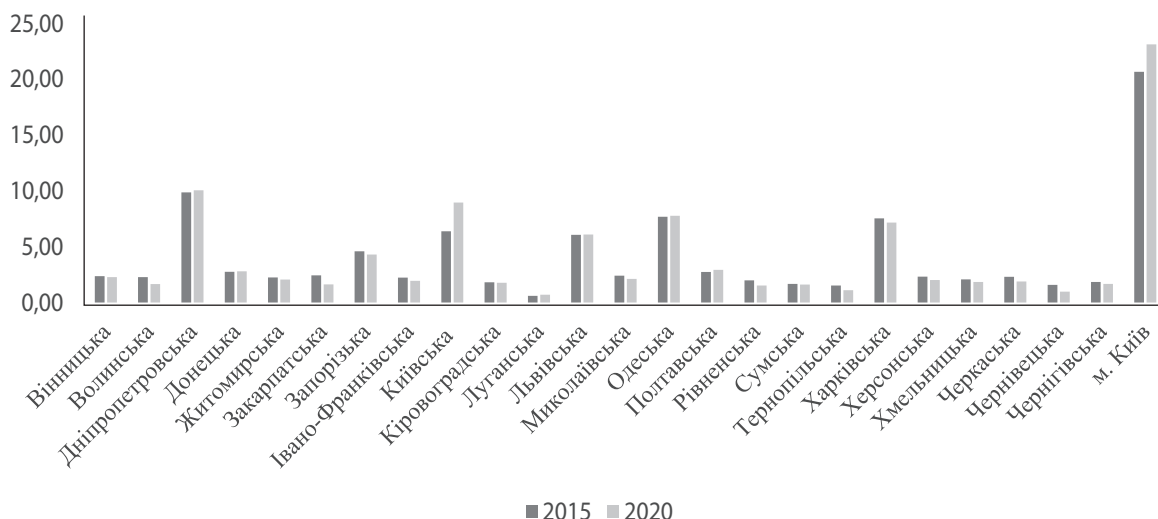


Рис. 2. Регіональна структура роздрібного товарообороту у 2015–2020 рр., %

Джерело: побудовано за даними [3].

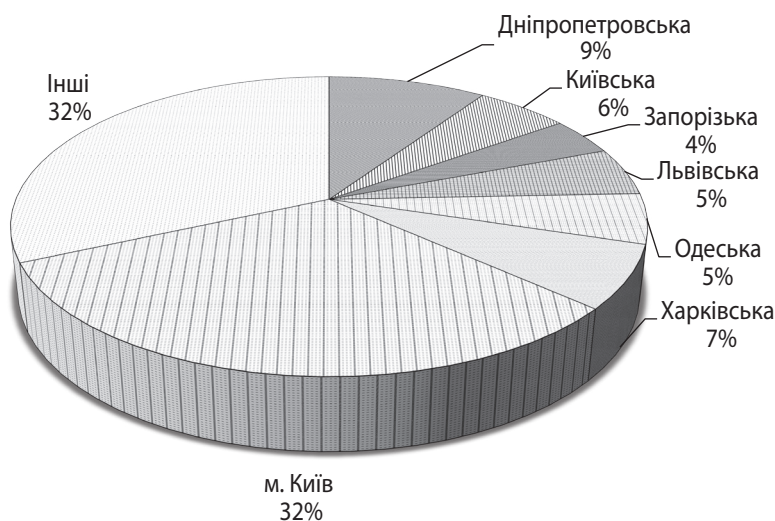


Рис. 3. Регіональна структура розподілу підприємств оптової та роздрібної торгівлі в Україні у 2019 р., %

Джерело: побудовано за даними [3].

наміки обмінного курсу гривні. Він впливає на стан внутрішнього ринку через зміну сукупного попиту шляхом перерозподілу доходів і активів на користь експортерів, а також інших економічних агентів і зміни купівельної спроможності валютних активів. Девальвація гривні звільняє частину вітчизняного ринку від імпортних товарів. Проте співвідношення між часткою товарів вітчизняного виробництва та імпортними аналогами є доволі волатильним, і згодом може відбуватися витіснення імпортерами національних товаровиробників. Варто наголосити, що збільшення присутності вітчизняних виробників на внутрішньому ринку за рахунок підвищення цінових переваг вітчизняної продукції лише за рахунок девальвації гривні недоцільне та неефективне [7].

Таким чином, внутрішня торгівля в Україні буде в подальшому розвиватися в напрямі формування більш ефективних форм організації торговельної діяльності. Нині вкрай актуально трансформувати існуючу систему організації торговельної діяльності, зокрема шляхом [8]:

- ✦ упровадження сучасних торговельних технологій;
- ✦ поступового вдосконалення матеріально-технологічної бази внутрішньої торгівлі;
- ✦ формування сучасної якості торгового обслуговування;
- ✦ забезпечення ефективних взаємовідносин виробників (постачальників) і торговців шляхом раціоналізації процесу товаропросування;

Частка імпортованих продовольчих і непродовольчих товарів, проданих через торговельну мережу підприємств у 2017–2020 рр., %

Найменування товарної групи	Рік			
	2017	2018	2019	2020
Усі товари	47,7	46,8	47,6	46,6
Продовольчі товари	17,8	18,6	20	20,6
М'ясо	4,4	3,5	2,9	3,5
М'ясні продукти	6,3	5,9	6,8	6,1
Риба, ракоподібні та молюски	38,2	39,4	27,1	26,8
Цукрові кондитерські вироби	14,1	14,9	23,9	25,1
Фрукти та овочі, свіжі	43,7	42,7	53,8	52,8
Алкогільні напої	22,5	24,7	26,6	28,9
Вироби макаронні	25,1	27,1	34,2	27,1
Тютюнові вироби (включно із супутніми товарами)	11,9	13	14,3	13
Непродовольчі товари	67,4	68,3	68	67,1
Текстильні товари, фіранки, гардини, штори та тюль	74,1	71,3	65,4	64,5
Одяг	91,8	91,2	92,3	92,8
Взуття	96,3	95,8	94	92,5
Шкіряні вироби та дорожні приналежності	97,4	97	94,3	93,7
Косметичні товари та вироби для туалетних кімнат	82,4	81,1	76,3	74
Годинники та ювелірні вироби	85,1	95,2	96,7	96
Комп'ютери, периферійне устаткування	99	98,1	96,9	96,3
Телекомунікаційне устаткування	99,9	99,9	99,8	99,7
у тому числі телефонні апарати мобільні	100	100	99,9	99,8
Ігри та іграшки	86,8	86,9	84,3	80,5
Мотоцикли, деталі та приладдя для них	98,6	97,8	98	99,1
Автомобілі, деталі та приладдя для них	94,7	95,6	95,9	96
у тому числі автомобілі	96,8	96,4	97,7	98,2
Побутові електротовари	92	91,7	91,5	91,6

Джерело: складено за даними [3].

Таблиця 3

Товарна структура імпорту за широкими економічними категоріями (відповідно до КПБ6) у 2015–2020 рр., %

Група товарів	Рік					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Засоби виробництва	13,64	18,28	18,32	18,35	19,31	20,25
Товари проміжного споживання	63,06	56,66	55,19	57,28	53,75	49,27
Споживчі товари	22,29	24,13	21,87	23,36	26,07	30,06
Інші категорії товарів	1,01	0,93	4,61	1,01	0,87	0,43

Джерело: складено за даними [6].

- ✦ удосконалення менеджменту внутрішньої торгівлі тощо.

Пандемія COVID-19 є одним із ключових викликів для бізнесу в сучасних умовах, що охоплює всі його аспекти – від галузевих до глобальних ланцюгів постачань. Одночасно з коронакризою бізнес

переживає «кризу адаптації», навчаючись працювати й отримувати прибуток у нових умовах. Пандемія показала, наскільки обмеженими є її можливості до швидкого навчання в динамічному світі, коли декілька днів зволікання можуть призвести до чотирикратного зростання кількості інфікованих і посилення

дестабілізації бізнесу та суспільства. Оскільки компаніям доведеться адаптуватися до роботи після коронакризи, вони, передусім, повинні прискорити темпи своєї цифрової трансформації. Задовго до кризи багато організацій впроваджували програми цифрової трансформації, щоб захистити свої позиції від технологій високого порядку конкурентів і скористатися більшою функціональністю цифрових бізнес-моделей з їх адаптивністю, продуктивністю та можливістю налаштування під потреби компанії. Нині цифрова трансформація стала першочерговим завданням і для інших підприємств. Спалах COVID-19 прискорив розвиток електронної комерції, а бізнес і споживачі отримали унікальну можливість звикнути здійснювати покупки онлайн, працювати дистанційно тощо.

За результатами дослідженнями Інституту економічних досліджень та політичних консультацій [9], вітчизняний бізнес можна умовно розподілити на три великі групи. До першої групи відносять підприємства, які припинили свою діяльність через неспроможність працювати в нових умовах, зокрема мікропідприємства, малі та частково середні, пов'язані з торгівлею, наданням послуг, з туристичною галуззю тощо. Друга група – це підприємства, які переформатували свою діяльність у напрямку пропозиції нових товарів і послуг без змін у бізнес-моделі, зокрема торгівля «на виніс», обслуговування в онлайн-режимі та надання послуг, які традиційно були присутні на ринку, однак не настільки популярними. До третьої групи відносять підприємства, які знайшли свою нішу на ринку і розробили нові товари та продукти. Безумовно, в умовах пандемії у сприятливому становищі знаходяться ті види бізнесу, які змогли перейти на онлайн-роботу.

Таким чином, процеси глобалізації в умовах коронакризи уповільнилися, що може призвести до суттєвих змін у структурі ринку, вплинути на розподіл онлайн- та офлайн-торгівлі. Карантин і самоізоляція на тривалій основі примусили населення все частіше здійснювати покупки в мережі Інтернет і прискорили процес глобальної цифровізації. Коронакриза проілюструвала динамізм у сфері електронної комерції в різних країнах світу, що найімовірніше матиме довгострокові наслідки, зумовлені можливістю появи нових хвиль епідемії, зручністю замовлення та доставки товарів, невисоких витрат на організацію електронної торгівлі. Власникам торговельних мереж слід розглядати такі тенденції як такі, що створюють додаткові можливості для ведення бізнесу за рахунок використання сучасних технологій, інноваційних інструментів, інтеграції нових продуктів, формування бізнес-моделі та швидкої адаптації до потреб споживачів. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. Внутрішня торгівля України : монографія / Мазаракі А., Лагутін В., Герасименко А. [та ін.]. Київ : КНТЕУ, 2016. 864 с.
2. Демчук Н. І., Безугла Л. С., Ткаліч О. В. Внутрішня торгівля в Україні: стан та перспективи розвитку. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 11. С. 111–114. DOI: 10.32702/2306-6814.2019.11.111.
3. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Кашперська А. І. Ринок роздрібної торгівлі України: стан і тенденції розвитку. *Бізнес Інформ*. 2021. № 4. С. 120–127. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-4-120-127>
5. Пугачевська К. Й. Роздрібний товарооборот підприємств України: тенденції та проблеми. *Вісник Мукачівського державного університету. Серія «Економіка»*. 2016. Т. 3. № 2. С. 106–111. URL: <https://economics-msu.com.ua/ru/article/rozdribny-tovarooborot-pidpriemstv-ukrayini-tendentsiyi-ta-problemi>
6. Зовнішня торгівля України (відповідно до КПБ6) / Національний банк України. URL: https://bank.gov.ua/files/ES/Tov_y.pdf
7. Пугачевська К. С. Імпортозалежність внутрішнього ринку України. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2016. № 5. С. 27–39. URL: [http://zt.knute.edu.ua/files/2016/5\(88\)/4.pdf](http://zt.knute.edu.ua/files/2016/5(88)/4.pdf)
8. Структурні зміни у світовій торгівлі як чинник розвитку внутрішнього ринку України : колективна монографія / за ред. Т. О. Осташко. Київ, 2019. 350 с. URL: <http://ief.org.ua/docs/mg/310.pdf>
9. Бураковський І. Економіка під час ковіду / Інститут економічних досліджень та політичних консультацій. 15.03.2021 р. URL: <http://www.ier.com.ua/ua/publications/comments?pid=6551>

REFERENCES

- Burakovskiy, I. "Ekonomika pid chas kovidu" [Economics during the Covid]. Instytut ekonomichnykh doslidzhen ta politychnykh konsultatsii. March 15, 2021. <http://www.ier.com.ua/ua/publications/comments?pid=6551>
- Demchuk, N. I., Bezuhla, L. S., and Tkalic, O. V. "Vnutrishnia torhivlia v Ukraini: stan ta perspektyvy rozvytku" [Domestic Trade in Ukraine: Status and Development Prospects]. *Investytsii: praktyka ta dosvid*, no. 11 (2019): 111-114. DOI: 10.32702/2306-6814.2019.11.111
- Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. <http://www.ukrstat.gov.ua/>
- Kashperska, A. I. "Rynok rozdribnoi torhivli Ukrainy: stan i tendentsii rozvytku" [Ukrainian Retail Market: The State and Development Trends]. *Biznes Inform*, no. 4 (2021): 120-127. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-4-120-127>
- Mazaraki, A. et al. *Vnutrishnia torhivlia Ukrainy* [Domestic Trade of Ukraine]. Kyiv: KNTEU, 2016.
- Puhachevska, K. I. "Rozdribnyi tovarooborot pidpriemstv Ukrainy: tendentsii ta problemy" [Retail Turnover of Enterprises in Ukraine: Trends and Issues]. *Visnyk Mukachivskoho derzhavnoho universytetu. Seriiia «Eko-*

nomika», vol. 3, iss. 2 (2016): 106-111. <https://economics-msu.com.ua/ru/article/rozdribny-tovarooborot-pidpriemstv-ukrayini-tendentsiyi-ta-problemi>
Puhachevska, K. S. "Importozalezhnist vnutrishnyoho rynku Ukrainy" [Import Dependence of the Domestic Market of Ukraine]. *Zovnishnia torhivlia: ekonomika, finansy, pravo*, no. 5 (2016): 27-39. [http://zt.knute.edu.ua/files/2016/5\(88\)/4.pdf](http://zt.knute.edu.ua/files/2016/5(88)/4.pdf)

"Strukturni zminy u svitovii torhivli yak chynnyk rozvytku vnutrishnyoho rynku Ukrainy" [Structural Changes in World Trade as a Factor in the Development of the Domestic Market of Ukraine]. <http://ief.org.ua/docs/mg/310.pdf>
"Zovnishnia torhivlia Ukrainy (vidpovidno do KPB6)" [Ukraine's Foreign Trade (According to PBC6)]. Natsionalnyi bank Ukrainy. https://bank.gov.ua/files/ES/Tov_y.pdf