

УДК 339.142:330.3 (477)

И. В. В Ы С О Ч И Н,
*доцент, кандидат экономических наук,
доцент кафедры экономики и финансов предприятия
Киевского национального торгово-экономического университета*

РОЗНИЧНИЙ ТОВАРОБОРОТ ПЕРДПРИЯТІЙ КАК ИНДИКАТОР СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧЕСКОГО РАЗВИТІЯ УКРАИНЫ

Дана характеристика розничного товарооборота как макроэкономического показателя. Проанализирован розничный товарооборот предприятий Украины по регионам и товарным группам. Выявлены стержневые проблемы развития розничного товарооборота предприятий Украины на современном этапе.

Ключевые слова: розничный товарооборот предприятий, розничный товарооборот торговой сети предприятий, розничный товарооборот на 1 чел.

I. V. V Y S O C H Y N,
*Cand. of Econ. Sci.,
Ass. Prof. at the Chair of Economics and Finances of an Enterprise,
Kiev National University of Trade and Economics*

RETAIL COMMODITY TURNOVER OF ENTERPRISES AS AN INDICATOR OF UKRAINE'S SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT

The retail commodity turnover is characterized as a macroeconomic indicator. The retail commodity turnover of Ukrainian enterprises in regions and commodity groups is analyzed. The main problems of the development of the retail commodity turnover of Ukrainian enterprises on the current stage are revealed.

Keywords: retail commodity turnover of enterprises, retail commodity turnover of trading network of enterprises, retail commodity turnover per capita.

Одним из главных показателей хозяйственной деятельности предприятий торговли и важным фактором обеспечения устойчивого экономического роста страны в целом является товарооборот. Его объемы, структура и динамика не только выступают одной из главных характеристик состояния внутренней торговли и индикатором необходимости изменений, но и позволяют оценить результативность запланированных мер по реализации программы стратегического развития торговли. Как определили Т. Гайдук и О. Олендий [1], имеющиеся проблемы развития торговли в Украине должны решаться в направлении ускоренного увеличения товарооборота между резидентами национальной экономики.

Товарооборот — один из важных макроэкономических показателей социально-экономического развития страны в целом и каждого ее региона в частности. Государственные статистические органы на разных уровнях управления собирают и обрабатывают данные о товарообороте с целью выявления общих закономернос-

тей и тенденций, места отдельных субрынков, анализируют межрегиональный обмен, социальные и региональные отличия в среднестатистических уровнях товарооборота. Именно последний характеризует процессы, происходящие в сфере товарного обращения, и является показателем, через который изменяется стоимость потребительских товаров, сформированная в процессе производства. Также он влияет на состояние денежного обращения в стране, устойчивость национальной валюты, определяет масштабы внешнеэкономической деятельности, бюджетных поступлений и другие макроэкономические показатели.

Объемы привлечения денежных доходов потребителей, размер и структуру общественных нужд, масштабы и степень удовлетворения спроса на товары, уровень жизни, материального и культурного благополучия населения страны позволяют оценить объемы и структура розничного товарооборота, который, по определению Н.В. Стасюк, представляет собой комплексную систему социально ориентированных экономических отношений общественного воспроизводства на стадии обмена денежных доходов населения на потребительские товары [2]. Именно в такой трактовке акцент делается на выполнении товарооборотом наиболее важной социальной функции – повышения благосостояния и качества жизни населения, а в итоге – и здоровья нации.

Регулирование розничного товарооборота на макроуровне требует рассмотрения всей совокупности субъектов торгового предпринимательства для оценки общего макроэкономического значения показателей товарооборота в контексте характеристики состояния сферы товарного обращения. С учетом этого, исследование тенденционных, структурных, региональных особенностей развития розничного товарооборота выступает необходимой предпосылкой определения приоритетных направлений регулирующего влияния государства на сферу производства и инфраструктуру рынка, удовлетворение общественных потребностей и повышение уровня жизни населения.

Согласно существующей в Украине системе статистических наблюдений в сфере розничной торговли и ресторанного хозяйства, на рынке потребительских товаров выделены следующие основные каналы реализации продукции [3]:

1) продажа потребительских товаров субъектами хозяйствования – юридическими лицами, осуществляющими деятельность по розничной торговле и ресторанному хозяйству;

2) продажа потребительских товаров физическими лицами-предпринимателями и гражданами, в том числе физическими лицами-предпринимателями, имеющими или арендующими сеть розничной торговли и ресторанного хозяйства; гражданами на организованных рынках сельскохозяйственных продуктов; гражданами на неформальных рынках.

В общем объеме продаж товаров по всем каналам реализации доля предприятий – юридических лиц и совокупная доля физических лиц-предпринимателей и граждан соотносятся практически как 50 : 50 с несущественным преобладанием оборота первых. Следует отметить, что с 2007 г. в Украине в структуре продажи товаров населению по всем каналам реализации удельный вес предприятий – юридических лиц сокращается. Однако именно эта составляющая общего объема продаж товаров населению наиболее полно отображена в отечественной статистике.

На современном этапе остроту приобрели проблемы территориальной организации розничной торговли в Украине. Приведенные в таблице 1 данные свидетель-

ствуют, что объем розничного товарооборота предприятий в 2006–2011 гг. нарастал высокими темпами как в городских поселениях, так и в сельской местности.

Таблица 1

**Розничный товарооборот предприятий Украины
в городских поселениях и сельской местности в 2006–2011 гг. ***

Показатели	Годы					
	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Объем розничного товарооборота предприятий, всего (млрд. грн.).....	130,0	178,2	246,9	231,0	280,9	350,1
в том числе:						
– в городских поселениях.....	119,3	164,5	228,8	212,1	256,7	319,8
– в сельской местности.....	10,6	13,7	18,1	18,8	24,2	30,3
Удельный вес розничного товарооборота предприятий (%):						
– в городских поселениях.....	91,8	92,3	92,7	91,8	91,4	91,3
– в сельской местности.....	8,2	7,7	7,3	8,1	8,6	8,7
Объем розничного товарооборота в расчете на 1 чел. (грн.).....	2777	3832	5338	5015	6123	7659
в том числе:						
– в городских поселениях.....	3750	5187	7234	6722	8154	10180
– в сельской местности.....	710	926	1238	1299	1680	2119

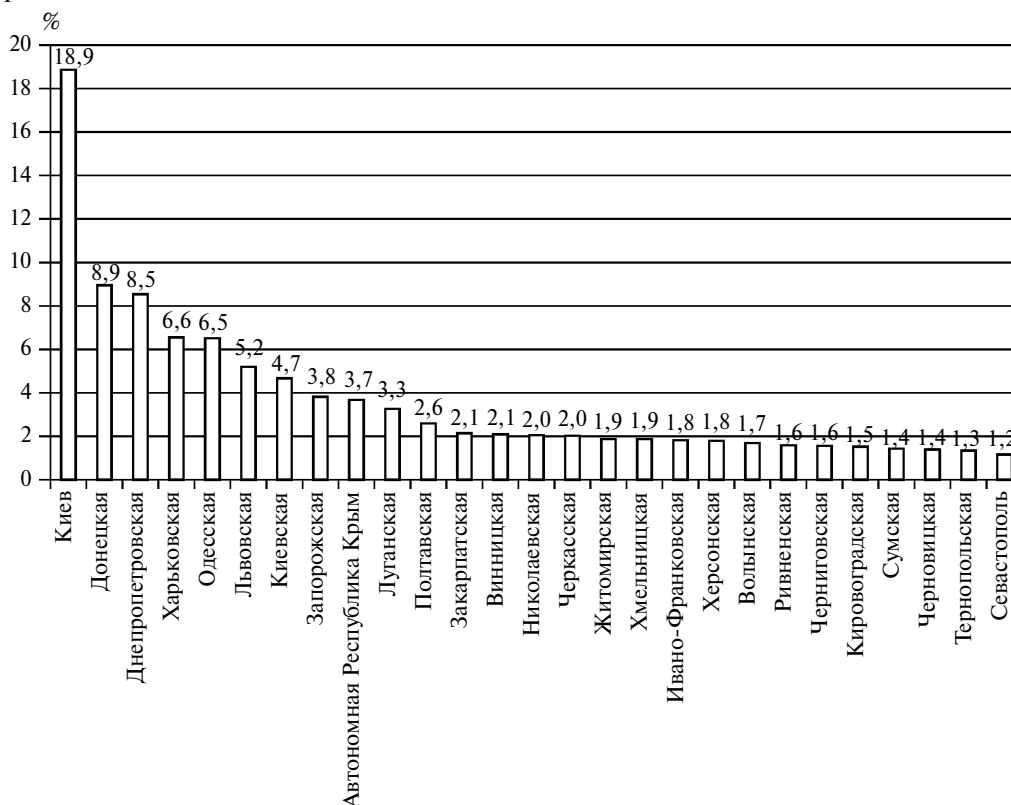
* Составлено автором по [4; 5; 6; 7; 8; 9].

Если до 2008 г. более высокими темпами росли объемы розничного товарооборота предприятий в городских поселениях, то с 2009 г. имеет место противоположная тенденция, которую следует рассматривать как положительную, поскольку она обуславливает сокращение разрыва в розничном товарообороте на 1 чел. в городских поселениях и сельской местности. Так, если в 2006 г. розничный товарооборот предприятий на 1 чел. в первых превышал аналогичный показатель во вторых в 5,3 раза, то в 2011 г. он уменьшился до 4,8 раза. Следует отметить, что сокращение розничной торговой сети на селе тормозит положительные сдвиги в территориальной организации розничной торговли. Так, с 2005 г. количество ее объектов здесь снизилось почти на треть. С целью повышения эффективности функционирования розничной торговой сети в сельской местности, прежде всего, необходимо обеспечить территориальную и ценовую доступность потребительских товаров и услуг для сельского населения, предусмотреть льготный режим налогообложения для торговых объектов, расположенных в сельской местности, улучшить систему подготовки и поощрения кадров к работе на селе. Торговые объекты, расположенные в сельской местности, должны носить универсальный характер – совмещать магазины с пунктами приема заказов от населения по каталогам, хлебопекарнями, кафетериями и т. д.

Еще одним важным аспектом анализа развития розничного товарооборота предприятий Украины является его региональное распределение (рис.).

Как свидетельствуют приведенные данные, в 2011 г. самые большие объемы розничного товарооборота приходились на предприятия Киева – 18,9%. Такая ситуация объясняется в первую очередь численностью его жителей (на 1 января 2012 г. количество постоянного населения Киева составило 2772951 чел. [10]), концентрацией значительных объемов денежных доходов населения и их расходованием на приобретение товаров именно в данном регионе. Следует отметить, что по состоянию на эту дату в Украине насчитывалось 29282 предприятия из сферы роз-

ничной торговли и ресторанного хозяйства, из них в Киеве – 1952 таких предприятия [11, с. 7]. Среди других регионов страны заметными объемами розничного товарооборота характеризуются предприятия Донецкой, Днепропетровской, Харьковской и Одесской областей. Такая закономерность естественна, поскольку именно эти регионы являются промышленными и экономическими центрами Украины с развитой инфраструктурой и высокой плотностью населения. Кроме того, именно там сосредоточено наибольшее число предприятий розничной торговли и ресторанного хозяйства.



Региональная структура розничного товарооборота предприятий Украины в 2011 г.

Построено автором по [9]

Официальные статистические данные свидетельствуют, что обеспеченность населения сетью розничной торговли (предприятиями – юридическими лицами) в расчете на 10000 жителей в целом по Украине за 2009–2011 гг. составила в среднем 14 ед. [11, с. 53] (в 2007 г. – 16 ед., в 2008 г. – 15 ед.), в том числе магазинами – 11 ед. Несмотря на то, что обеспеченность населения торговой площадью магазинов всех видов и типов (юридических лиц) в расчете на 10000 жителей постепенно растет и в 2011 г. достигла 1975 м² [11, с. 53], среди европейских стран Украина демонстрирует одни из самых низких показателей, следовательно, имеет место дефицит цивилизованных площадей для торговой деятельности.

Учитывая то, что темпы роста объема розничного товарооборота предприятий в отдельных регионах в значительной степени связаны с динамикой численности их населения, рассмотрим эти показатели в расчете на 1 чел. Имеющаяся исходная информация позволяет осуществить кластеризацию регионов Украины по объемам розничного товарооборота предприятий в расчете на 1 чел. (табл. 2). Получен-

ные в результате исследования пять кластеров регионов Украины были охарактеризованы как самый высокий, высокий, средний, низкий и самый низкий.

Таблица 2

**Кластеризация регионов Украины
по объемам розничного товарооборота предприятий на 1 чел. в 2011 г. ***

Кластеры	Объем розничного товарооборота на 1 чел.	Количество регионов в кластере	Регионы (области)	Рейтинг региона в		Центр кластера (тыс. грн.)	Границы кластера (тыс. грн.)	
				кластере	общей совокупности		нижняя	верхняя
1	Самый высокий	1	Киев	1	1	23527		
2	Высокий	5	Севастополь	1	2	9541,5	8351	10732
			Одесская	2	3			
			Киевская	3	4			
			Днепропетровская	4	5			
			Харьковская	5	6			
3	Средний	13	Запорожская	1	7	6297	5147	7447
			Львовская	2	8			
			Донецкая	3	9			
			Автономная Республика Крым	4	10			
			Полтавская	5	11			
			Николаевская	6	12			
			Закарпатская	7	13			
			Херсонская	8	14			
			Волынская	9	15			
			Черкасская	10	16			
			Черновицкая	11	17			
			Кировоградская	12	18			
			Житомирская	13	19			
4	Низкий	7	Луганская	1	20	4676,5	4346	5007
			Черниговская	2	21			
			Хмельницкая	3	22			
			Ривненская	4	23			
			Ивано-Франковская	5	24			
			Винницкая	6	25			
			Тернопольская	7	26			
5	Самый низкий	1	Сумская	1	27	4321		

* Составлено автором по [4; 5; 6; 7; 8; 9].

Как видим, наибольшее значение розничного товарооборота на 1 чел. в 2011 г. было в Киеве — 23527 грн., где наблюдались самый высокий в стране уровень денежных доходов населения в расчете на 1 чел. и значительный объем реализованного спроса на потребительские товары населения других регионов и других стран. Самое низкое значение розничного товарооборота в расчете на 1 чел. имело место в Сумской области — 4321 грн.

Следует отметить, что за последние годы разрыв в экстремальных значениях розничного товарооборота на 1 чел. по отдельным регионам уменьшился. Так, если в 2007 г. он составлял 6,5 раза (Тернопольская область и Киев), то в 2011 г. – 5,4 раза (Сумская область и Киев). С позиций региональной политики государства эту тенденцию следует рассматривать как положительную. Кроме того, в 2006–2011 гг. в розничном товарообороте предприятий Украины произошли определенные изменения в соотношении объемов реализации продовольственных и непродовольственных товаров (табл. 3).

Таблица 3

Соотношение продовольственных и непродовольственных товаров в розничном товарообороте предприятий Украины в 2006–2011 гг. *

Показатели	Годы					
	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Розничный товарооборот предприятий по продовольственным товарам:						
– всего (млрд. грн.).....	49,7	63,0	85,1	92,5	110,9	136,3
– на 1 чел. (грн.).....	1062	1354	1839	2007	2417	2982
Розничный товарооборот предприятий по непродовольственным товарам:						
– всего (млрд. грн.).....	80,3	115,2	161,8	138,5	170,0	213,8
– на 1 чел. (грн.).....	1715	2478	3499	3008	3706	4677
Удельный вес в общем объеме розничного товарооборота предприятий (%):						
– продовольственных товаров.....	38,2	35,3	34,4	40,0	39,5	38,9
– непродовольственных товаров.....	61,8	64,7	65,6	60,0	60,5	61,1

* Составлено автором по [12; 13].

На основе приведенных данных делаем вывод, что в исследуемом периоде в розничном товарообороте предприятий Украины объем продаж непродовольственных товаров рос значительно более высокими темпами, чем продовольственных (исключением был только 2008 г., когда при росте объема продаж продовольственных товаров произошло сокращение объемов продаж непродовольственных). Такое развитие розничного товарооборота предприятий по двум основным его товарным группам привело к заметным изменениям удельного веса этих групп товаров в общем его объеме. Причем тенденция к сокращению удельного веса продаж продовольственных товаров (с 38,2% в 2006 г. до 34,4% в 2008 г.) в 2009 г. сменилась ростом доли продаж этих товаров до 40%. Эту тенденцию в развитии розничного товарооборота предприятий следует рассматривать как отрицательную, поскольку она связана со снижением жизненного уровня населения вследствие финансово-экономического кризиса. Так, с падением уровня денежных доходов украинцев потребительский спрос был направлен в основном на удовлетворение потребностей в продовольственных товарах: в 2010 и 2011 гг. доля их розничной продажи составила, соответственно, 39,5% и 38,9%.

В 2006–2011 гг. произошло некоторое улучшение структуры продажи отдельных групп продовольственных товаров в их розничном товарообороте. Значительными темпами осуществлялась реализация таких высококачественных продуктов питания, как плоды, фрукты, ягоды, бахчевые; овощи; сычужные, плавленые и кисломолочные сыры; и т. д. Как результат, вырос удельный вес этих групп продовольственных товаров в розничном товарообороте торговой сети предприятий. Данная тенденция свидетельствует о положительной роли профильных предприятий в

формировании рациональной структуры потребления продуктов питания домохозяйствами Украины. При этом снизился удельный вес продаж таких продовольственных товаров, как мясо и мясопродукты, хлебобулочные изделия, овощные и фруктово-ягодные консервы, картофель, животные жиры, соль и др. Отрицательной тенденцией мы считаем существенный рост объемов продаж табачных изделий.

В исследуемом периоде наиболее высокими темпами происходила реализация обуви; трикотажных и чулочно-носочных изделий; одежды, белья, головных уборов и изделий из меха. Из года в год росли объемы продаж практически всех позиций товаров длительного пользования. Исключением стал 2009 г., когда на фоне финансово-экономического кризиса население сэкономило свои доходы, в результате чего объемы продаж товаров длительного пользования сократились вдвое.

Снижение реальных доходов, не способных обеспечить воспроизводство рабочей силы, привело к сокращению большей частью населения потребления наиболее важных продуктов питания и приобретения товаров культурно-бытового назначения, что в конечном счете повлекло за собой снижение жизненного уровня граждан. Особенно остро эта проблема стоит в сельской местности.

Важным аспектом исследования развития розничного товарооборота предприятий Украины является определение доли в нем продукции отечественных предприятий, производящих потребительские товары. Динамика продаж потребительских товаров отечественного производства через торговую сеть предприятий приведена в таблице 4.

Таблица 4

**Динамика продаж товаров отечественного производства
через торговую сеть предприятий в 2006–2011 гг. ***

Показатели	Годы					
	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Все товары.....	67,3	64,5	63,1	67,4	64,3	61,9
– продовольственные.....	89,3	88,2	88,2	88,4	88,2	87,2
– непродовольственные.....	55,2	52,9	51,2	54,7	50,0	47,2

* Составлено автором по [12; 13].

Следует акцентировать внимание на том, что с 2006 г. наблюдалось уменьшение доли в розничном товарообороте предприятий товаров отечественного производства, причем как продовольственных, так и непродовольственных. В 2000–2005 гг. она составила в среднем свыше 70%, в том числе продовольственных – более 90%, а непродовольственных – свыше 60%. Как и ранее, национальные товаропроизводители в большей степени господствуют на продовольственном рынке Украины, где их удельный вес в реализации продукции через торговую сеть предприятий в 2006–2011 гг. колебался в пределах 88,2–89,3%. Следовательно, есть все основания говорить о проблеме импортозависимости по продовольственным товарам, причем наиболее уязвимы по этой позиции такие товарные группы, как плоды, ягоды, виноград, орехи, фруктово-ягодные консервы, рыба и пищевые морепродукты, по которым доля продажи товаров отечественного производства в 2011 г. составила, соответственно, 57,5, 60,1 и 68,8%. В розничном товарообороте низким оказался удельный вес продажи кофе и чая, произведенных на территории Украины.

По продовольственным товарам доля национальных товаропроизводителей в розничном товарообороте профильных предприятий была несколько ниже и сократилась с 55,2% в 2006 г. до 47,2% в 2011 г. Особенно небольшой она оказалась по

таким группам непродовольственных товаров, как мотоциклы, мотороллеры, мопеды (0,8%), аудио- и видеооборудование (2,5%), кожаная, текстильная и комбинированная обувь, в том числе спортивная (3,4%), часы (3,8%), фотографическое оборудование (3,9%). Продолжает снижаться удельный вес национальных товаропроизводителей по таким видам товаров, как одежда, парфюмерно-косметические изделия, товары культурно-бытового назначения, что обусловлено их узким ассортиментом и низкими конкурентными характеристиками (прежде всего – соотношением цены и качества).

В этих условиях, на наш взгляд, необходимо принять меры, направленные на поддержку украинских товаропроизводителей. Основное внимание при этом должно уделяться стимулированию потребительского спроса на отечественные товары и созданию необходимой нормативно-правовой базы для обеспечения их доступности для населения. Наряду с прямыми мерами стимулирования потребительского спроса (ростом реальных доходов населения), следует разработать инструменты косвенного, в частности, через влияние на предпочтения потребителей путем пропаганды отечественных товаров. В целях создания условий, при которых продукция украинских товаропроизводителей будет должным образом представлена на потребительском рынке и доступна по цене, необходимо на законодательном уровне закрепить обязательное требование к наличию в ассортиментном перечне торговых объектов определенной доли социально значимых товаров отечественного производства и сфокусировать усилия на поддержке личных подсобных и фермерских хозяйств.

В данном контексте следует отметить тот факт, что отечественная статистика в полной мере не отображает объемы розничного товарооборота, поскольку в отдельных случаях он выступает источником формирования прибыли для личного обогащения субъектов хозяйствования без пользы для общества в целом. Речь идет о сокрытии (или занижении) розничного товарооборота предприятиями торговли. Так, розничная торговля считается лидером по темпам наращивания нелегальных оборотов, которые, по оценкам экспертов, составляют 40–60% [14]. В деле детенизации розничной торговли наиболее действенны меры, направленные на улучшение инвестиционного климата, снижение фискального и регуляторного давления, упрощение разрешительной системы, реформирование системы правосудия, обеспечение прав собственности и борьбу с коррупцией.

Проведенный анализ подтвердил большое значение показателей розничного товарооборота в характеристике масштабов и уровня удовлетворения спроса населения, стимулировании развития производства и ускорении оборачиваемости капитала производственных предприятий, повышении скорости денежного обращения и улучшении других макроэкономических показателей. Его результатом стало выявление стержневых проблем в развитии розничного товарооборота предприятий Украины, к которым можно отнести, в частности, низкую долю продаж товаров отечественного производства по ряду групп продовольственных и непродовольственных товаров, существенные диспропорции в региональном развитии розничного товарооборота и его товарной структуре. В разработке конкретных адресных мер по преодолению перечисленных проблем и будут состоять перспективы дальнейших исследований по данному направлению.

Список использованной литературы

1. Гайдук Т., Олендій О. Особливості проведення аудиту бюджетних програм розвитку торгівлі // Економічний аналіз. – 2010. – Вип. 6. – С. 404–407.

2. Стасюк Н.В. Організаційно-економічний механізм управління товарооборотом підприємств : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. — Донецьк, 2008. — С. 16.
3. Методика визначення обсягів продажу споживчих товарів населенню за усіма каналами реалізації та обороту роздрібною торгівлі [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.ukrstat.org/uk/metod_polog/metod_doc/2005/15/metod.htm>.
4. Продаж і запаси товарів у торговій мережі та мережі ресторанного господарства (І т.) за 2006 рік : стат. зб. — К. : Держкомстат України, 2007. — 72 с.
5. Продаж і запаси товарів у торговій мережі та мережі ресторанного господарства (І т.) за 2007 рік : стат. зб. — К. : Держкомстат України, 2008. — 72 с.
6. Продаж і запаси товарів у торговій мережі та мережі ресторанного господарства (І т.) за 2008 рік : стат. зб. — К. : Держкомстат України, 2009. — 72 с.
7. Продаж і запаси товарів у торговій мережі та мережі ресторанного господарства (І т.) за 2009 рік : стат. зб. — К. : Держкомстат України, 2010. — 72 с.
8. Продаж і запаси товарів у торговій мережі та мережі ресторанного господарства (І т.) за 2010 рік : стат. зб. — К. : Держкомстат України, 2011. — 69 с.
9. Продаж і запаси товарів у торговій мережі та мережі ресторанного господарства (І т.) за 2011 рік : стат. зб. — К. : Держслужба статистики України, 2012. — 51 с.
10. Статистичний щорічник України за 2011 рік ; [за ред. О.Г. Осауленка]. — К. : ТОВ “Август Трейд”, 2012. — С. 332.
11. Мережа роздрібною торгівлі та ресторанного господарства підприємств на 1 січня 2012 року : стат. зб. — К. : Держслужба статистики України, 2012. — 125 с.
12. Роздрібна торгівля України у 2000–2010 роках : стат. зб. — К. : Держкомстат України, 2011. — 191 с.
13. Роздрібна торгівля України у 2011 році : стат. зб. — К. : Держслужба статистики України, 2012. — 177 с.
14. Майже половина всієї економіки України знаходиться в тіні [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.epravda.com.ua/news/2012/06/22/327376/>.

References

1. Haiduk T., Olendii O. *Osoblyvosti provedennya audytu byudzhetykh program rozvytku torgovli* [Peculiarities of realizations of the audit of budget programs of trade development]. *Ekonomichnyi Analiz — Economic Analysis*, 2010, Iss. 6, pp. 404–407 [in Ukrainian].
2. Stasyuk N.V. *Organizatsiino-Ekonomichni Mekhanizm Upravlinnya Tovaroborotom Pidpryemstv, dys. ... kandydata ekonom. nauk : 08.00.04* [The Organizational-Economic Mechanism of Control over the Turnover of Enterprises. Dissertation on Cand. Degree (Econ. Sci.) : 08.00.04]. Donetsk, 2008 [in Ukrainian].
3. *Metodyka vyznachennya obsyagiv prodazhu spozhyvchykh tovariv naseleennyu za usima kanalamy realizatsii ta oborotu rozdribnoi torgovli* [The method of determination of the volume of sales of consumer goods to the population over all channels of realization and the retail commodity turnover], available at : <http://www.ukrstat.org/uk/metod_polog/metod_doc/2005/15/metod.htm> [in Ukrainian].
4. *Prodazh i Zapasy Tovariv u Torgovii Merezhi ta Merezhi Restorannogo Gospodarstva (I t.) za 2006 Rik: Stat. Zb.* [Sales and Inventories of Goods in the Trading Network and Restaurants (I t.) for 2006]. Kyiv, State Comm. Statist. of Ukraine, 2007 [in Ukrainian].
5. *Prodazh i Zapasy Tovariv u Torgovii Merezhi ta Merezhi Restorannogo Gospodarstva (I t.) za 2007 Rik: Stat. Zb.* [Sales and Inventories of Goods in the Trading Network and Restaurants (I t.) for 2007]. Kyiv, State Comm. Statist. of Ukraine, 2008 [in Ukrainian].

6. *Prodazh i Zapasy Tovariv u Torgovii Merezhi ta Merezhi Restorannogo Gospodarstva (I t.) za 2008 Rik: Stat. Zb.* [Sales and Inventories of Goods in the Trading Network and Restaurants (I t.) for 2008]. Kyiv, State Comm. Statist. of Ukraine, 2009 [in Ukrainian].
7. *Prodazh i Zapasy Tovariv u Torgovii Merezhi ta Merezhi Restorannogo Gospodarstva (I t.) za 2009 Rik: Stat. Zb.* [Sales and Inventories of Goods in the Trading Network and Restaurants (I t.) for 2009]. Kyiv, State Comm. Statist. of Ukraine, 2010 [in Ukrainian].
8. *Prodazh i Zapasy Tovariv u Torgovii Merezhi ta Merezhi Restorannogo Gospodarstva (I t.) za 2010 Rik: Stat. Zb.* [Sales and Inventories of Goods in the Trading Network and Restaurants (I t.) for 2010]. Kyiv, State Comm. Statist. of Ukraine, 2011 [in Ukrainian].
9. *Prodazh i Zapasy Tovariv u Torgovii Merezhi ta Merezhi Restorannogo Gospodarstva (I t.) za 2011 Rik: Stat. Zb.* [Sales and Inventories of Goods in the Trading Network and Restaurants (I t.) for 2011]. Kyiv, State Statist. Service of Ukraine, 2012 [in Ukrainian].
10. *Statystychnyi Shchorichnyk Ukrainy za 2011 Rik, za Red. O.G. Osaulenka* [Statistical Yearbook of Ukraine for 2011, edited by O.G. Osaulenko]. Kyiv, Avgust Treid, 2012 [in Ukrainian].
11. *Merezha Rozdribnoi Torgivli ta Restorannogo Gospodarstva Pidpryemstv na 1 Sichnya 2012 Roku: Stat. Zb.* [The Network of Retail Trade and Restaurants as of January 1, 2012]. Kyiv, State Statist. Service of Ukraine, 2012 [in Ukrainian].
12. *Rozdribna Torgivlya Ukrainy u 2000–2010 Rokakh: Stat. Zb.* [Ukraine's Retail Trade in 2000–2010]. Kyiv, State Comm. Statist. of Ukraine, 2011 [in Ukrainian].
13. *Rozdribna Torgivlya Ukrainy u 2011 Rotsi: Stat. Zb.* [Ukraine's Retail Trade in 2011]. Kyiv, State Statist. Service of Ukraine, 2012 [in Ukrainian].
14. *Maizhe polovyna vsiei ekonomiky Ukrainy znakhodyt'sya v tini* [The almost half of Ukraine's economy is in a shadow], available at : <http://www.epravda.com.ua/news/2012/06/22/327376/> [in Ukrainian].

Статья поступила в редакцию 18 января 2013 г.
