

## Структурна характеристика та методичні аспекти оцінки розвитку роздрібно-торговельної мережі України

Кавун-Мошковська О.О.

кандидат економічних наук,

доцент кафедри торговельного підприємництва та логістики  
Київського національного торговельно-економічного університету

У статті розглянуто динаміку основних показників розвитку роздрібно-торговельної мережі України за 2010-2017 рр., проаналізовано структуру за видами торговельних об'єктів, спеціалізацією магазинів та формами роздрібно-торговельного продажу товарів. Особливу увагу приділено розгляду територіальної специфіки формування мережі об'єктів роздрібно-торговельної мережі у містах та селищах міського типу, а також у сільській місцевості. Визначено дискусійні положення застосовуваної методики оцінки стану розвитку роздрібно-торговельної мережі.

**Ключові слова:** роздрібно-торговельна мережа, роздрібно-торговельна мережа, структура роздрібно-торговельної мережі, забезпеченість населення, торговельний об'єкт, магазин, спеціалізація магазинів, торгова площа, позамагазинна торгівля.

Кавун-Мошковская О.А. СТРУКТУРНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВОЙ СЕТИ УКРАИНЫ

В статье рассмотрена динамика основных показателей развития розничной торговой сети Украины за 2010-2017 гг., проанализирована структура по видам торговых объектов, специализацией магазинов и формам розничной продажи товаров. Особое внимание уделено рассмотрению территориальной специфики формирования сети объектов розничной торговли в городах и поселках городского типа, а также в сельской местности. Определены дискуссионные положения применяемой методики оценки состояния развития розничной торговой сети.

**Ключевые слова:** розничная торговля, розничная торговая сеть, структура розничной торговой сети, торговый объект, магазин, специализация магазинов, торговая площадь, внемагазинная торговля.

Kavun-Moshkovska O.A. STRUCTURAL CHARACTERISTICS AND METHODOLOGICAL ASPECTS OF ASSESSING THE DEVELOPMENT OF RETAIL TRADE NETWORK OF UKRAINE

In the article the dynamics of the main indicators of development of the retail trade network of Ukraine for 2010-2017 is considered, the structure according to the types of trade objects, specialization of shops and forms of retail sale of goods is analyzed. Particular attention is paid to the consideration of the territorial specificity of forming a network of retail trade objects in urban and urban-type settlements, as well as in rural areas. Discussion theses of the applied methodology for assessing the state of development of the retail trade network are determined.

**Keywords:** retail trade, retail trade network, structure of retail trade network, trade facility, store, store specialization, trade area, nonstore trade.

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** Роздрібно-торговельна мережа є важливою складовою споживчого ринку країни. Від стану її розвитку, різноманітності структури за видами торговельних об'єктів, типами магазинів, застосування форм роздрібно-торговельного продажу товарів залежить стан товарної пропозиції, рівень задоволення споживчого попиту, якість надання торговельних послуг.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженню проблем ефективного розвитку торгівлі в Україні, функціонування роздрібно-торговельної мережі та розгляду структурно-територіальних аспектів її формування присвячено праці таких вітчизняних та зарубіжних науковців як В.В. Апопій [1], Б. Берман [2], Г.М. Богославець [6], Б.А. Вейтц [5],

Н.О. Голошубова [3], Дж. Еванс [2], І.М. Копич [4], М. Леві [5], Л.О. Лігоненко [6], Ю.Б. Шпильова [7], І.М. Шпильовий [7].

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Разом з тим, в умовах глобалізації світового економічного простору, високого рівня невизначеності та турбулентності зовнішнього середовища, інтенсифікації конкурентної боротьби суб'єктів господарювання за обмежену купівельну спроможність стабільне функціонування роздрібно-торговельної мережі є запорукою ефективного розвитку роздрібно-торговельної мережі та виконання у повному обсязі своїх функцій.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Це обумовлює актуальність обраної теми. Мета дослідження – надати струк-

турну характеристику роздрібною торговельною мережі України, визначити основні тенденції розвитку та розглянути методичні аспекти оцінки її стану.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Основні показники розвитку мережі роздрібною торгівлі в Україні за період 2011-2017 рр. продемонстрували негативну динаміку (табл. 1). Зокрема, загальна кількість об'єктів роздрібною торгівлі зазнала найбільшого скорочення у 2012-2014 рр. внаслідок зменшення кількості магазинів та кіосків. Більш негативний характер мали зміни у сільській місцевості, де кількість об'єктів роздрібною торгівлі зменшилася у 2012 р. на 10,3%, 9,4% у 2013 р. та 9,8% у 2014 р.

При цьому слід зазначити, що скорочення кількості магазинів у містах та селищах міського типу не тільки не призвело до зменшення розміру їх торгової площі у 2012-2013 рр., а навпаки, темп росту даного показника у цей період мав позитивну динаміку.

На тлі скорочення магазинів та кіосків динаміка кількості автозаправних станцій (АЗС) мала позитивний характер, за виключенням 2014 року, що можна пояснити територіальними змінами у регіональній структурі України та початком військових подій у східній частині країни.

У 2017 р. усі показники розвитку роздрібною торгівлі зазнали катастрофічного падіння, порівняно з попередніми роками (за виключенням торгової площі на один магазин). Осо-

бливо слід відмітити скорочення на 40,8% кількості АЗС, порівняно з 2016 р., та кіосків на 36,5%.

Таким чином, розвиток роздрібною торговельною мережі України за 2010-2017 рр. в цілому мав деструктивний характер.

Скорочення значень основних показників розвитку роздрібною торговельною мережі в Україні негативно позначилося на умовах здійснення покупок споживачами. Так, забезпеченість населення об'єктами роздрібною торгівлі у розрахунку на 10.000 осіб у 2013 р., порівняно з 2010-2012 рр., скоротилася як у цілому по Україні, так і окремо у містах та селищах міського типу, а також у сільській місцевості. У подальші 2014-2016 рр. дана тенденція збереглася.

Скорочення темпів росту торгової площі магазинів у 2014-2016 рр. призвело і до зменшення забезпеченості нею населення у розрахунку на 10.000 осіб (табл. 2).

У структурі роздрібною торговельною мережі переважали об'єкти, що розташовані у містах та селищах міського типу (табл. 3).

Загальна кількість об'єктів, розташованих у сільській місцевості, щорічно протягом 2010-2017 рр. (за винятком 2014 р.) скорочувалася.

Найменшу частку займали кіоски, на фоні поступового щорічного скорочення частки магазинів.

Магазини як основний вид торговельних об'єктів переважають у структурі роздрібною

Таблиця 1

**Динаміка основних показників розвитку роздрібною торговельною мережі України за 2011-2017 рр.**

Показники	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Темп росту об'єктів роздрібною торгівлі, %	99,1	96,9	96,1	88,3	99,9	99,5	79,7
у тому числі:							
у містах та селищах міського типу	100,4	99,3	97,7	87,7	101,4	100,3	80,9
у сільській місцевості	95	89,7	90,6	90,2	95	96,3	74,8
Темп росту:							
- магазинів, %	100,8	97,6	96,4	90,2	99,6	99,9	85,0
- кіосків, %	89,5	88,8	88,7	75,3	98,7	93,3	63,5
- автозаправних станцій, %	100,7	102,4	102,3	88,8	103	101,7	59,2
Темп росту торгової площі магазинів, %	106,9	103,1	101,3	86,7	99,6	99,7	91,3
у тому числі:							
у містах та селищах міського типу	107,9	104,6	101,9	86,2	99,5	100,2	92,0
у сільській місцевості	99	90,7	95,7	92,6	100,7	94,8	85,0
Темп росту торгової площі на один магазин, %	105,7	106	105	97,1	100	99,5	107,5

*Джерело: побудовано автором за даними [8-14]*

Таблиця 2

**Динаміка показників забезпеченості населення об'єктами роздрібною торгівлі  
за 2010-2016 рр. (на 10000 осіб; на кінець року; одиниць)**

Показники	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Усього							
Об'єктами роздрібною торгівлі	14	14	14	13	12	12	12
з них магазинами	10	11	10	10	9	9	9
Торговою площею магазинів, кв. м	1842	1975	2040	2077	1806	1805	1808
аптеками, аптечними пунктами	3	3	3	3	3	3	3
У містах та селищах міського типу							
Об'єктами роздрібною торгівлі	15	16	15	15	13	13	13
з них магазинами	11	11	11	11	10	10	10
Торговою площею магазинів, кв. м	2379	2572	2690	2742	2366	2360	2374
аптеками, аптечними пунктами	4	4	4	4	4	4	4
У сільській місцевості							
Об'єктами роздрібною торгівлі	11	11	10	9	8	8	8
з них магазинами	9	9	8	7	7	6	6
торговою площею магазинів, кв. м	663	660	602	593	552	559	533
аптеками, аптечними пунктами	2	2	1	1	1	1	1

*Джерело: побудовано автором за даними [8-13]*

Таблиця 3

**Питома вага роздрібною торговельної мережі України  
у сільській місцевості у 2010-2017 рр. (%)**

Показники	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Кількість об'єктів роздрібною торгівлі	25,2	24,2	22,4	21,4	21,9	20,8	20,1	18,9
у тому числі:								
- магазинів	27,8	26,2	24,1	22,8	22,8	21,5	20,4	18,9
з них								
- кіосків	9,2	8,5	5,7	4,5	5,2	3,8	4,3	3,5
- автозаправних станцій	29,6	29,5	29	28,4	29,6	29,4	29,3	30,6
Торгова площа магазинів, кв. м	11,3	10,4	9,2	8,8	9,4	9,5	9,1	8,5

*Джерело: побудовано автором за даними [8-14]*

Таблиця 4

**Структура роздрібною торговельної мережі України  
за основними видами об'єктів у 2010-2017 рр. (%)**

Види об'єктів	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Магазини	74	75,3	75,9	76	77,9	77,6	77,9	83,1
Кіоски	15,2	13,7	12,5	11,6	9,8	9,7	9,1	7,3
Автозаправні станції	10,8	11	11,6	12,4	12,3	12,7	13	9,6

*Джерело: побудовано автором за даними [8-14]*

торговельної мережі України (табл. 4). Це створює максимально комфортні умови для споживачів у процесі здійснення покупок. Їх питома вага щорічно зростала – з 74% у 2010 р. до 83,1% у 2017 р. Виключенням став 2015 р., коли спостерігалось несуттєве падіння питоми ваги на 0,3%, порівняно з 2014 р.

Характерними структурними змінами є щорічне скорочення питоми ваги кіосків з

одночасним зростанням частки АЗС (з незначним падінням показника у 2014 р. та більш суттєвим у 2017 р.).

Важливою умовою повноцінного функціонування споживчого ринку є забезпечення різноманітності видів торговельних об'єктів і типів магазинів з метою створення максимально комфортних умов для споживачів, надання можливості вибору найбільш при-

йняттого варіанту придбання продовольчих та непродовольчих товарів.

У структурі роздрібно-торговельної мережі переважали непродовольчі магазини, питома вага яких зростає з 51,1% у 2011 р. до 58,5% у 2017 р. (табл. 5). При цьому кількість продовольчих магазинів протягом 2011-2016 рр. щорічно скорочувалася (з незначним зростанням у 2015 р.). Найбільше падіння відбулося у 2017 р. (на 23,4%).

Кількість непродовольчих магазинів коливалася протягом досліджуваного періоду.

Як відомо з теорії організації торгівлі, за формами товарної спеціалізації розрізняють універсальні, спеціалізовані, вузькоспеціалізовані, неспеціалізовані та комбіновані магазини. При цьому розроблена форма збору інформації щодо спеціалізації роздрібно-торговельної мережі передбачає розподіл магазинів на спеціалізовані та з універсальним

Таблиця 5

## Показники спеціалізації магазинів України за 2010-2017 рр.

Показники	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Питома вага у загальній кількості магазинів, %:								
- продовольчих магазинів	50,4	48,9	47,1	45,4	46,4	46,6	46	41,5
- непродовольчих магазинів	49,6	51,1	52,9	54,6	53,6	53,4	54	58,5
Темп росту, %:								
- продовольчих магазинів	-	97,8	94,0	93,4	92,2	99,8	98,7	76,6
- непродовольчих магазинів	-	103,8	101,1	99,0	88,5	99,5	100,9	92,1
Питома вага магазинів самообслуговування у загальній кількості магазинів, %								
- продовольчих магазинів	12,8	14,1	15,0	16,7	18,2	19,6	20,9	23,4
- непродовольчих магазинів	-	110,8	104,4	105,8	98,3	107,0	106,6	94,9
Структура магазинів самообслуговування, %:								
- продовольчі	65,7	64,9	66,2	65,7	65,1	64	65,3	60,0
- непродовольчі	34,3	35,1	33,8	34,3	34,9	36	34,7	40,0
Питома вага магазинів, що торгують алкогольними напоями, у загальній кількості магазинів, %								
- продовольчих магазинів	45,5	44	42,4	41	42,2	42,8	42,3	39,8
Структура продовольчих магазинів:								
- з універсальним асортиментом товарів	86,9	87,1	85,8	85,7	84,9	84,7	84,0	85,4
з них з торговою площею:								
від 400 до 2499 кв. м	6,7	7,0	8,2	9,2	9,5	9,8	10,3	13,0
від 2500 кв. м і більше	0,9	1,09	1,36	1,5	1,0	1,0	1,0	1,3
від 120 до 399 кв. м	13,8	14,5	15,4	16,1	17,0	17,2	17,9	21,7
- спеціалізовані продовольчі магазини	13,1	12,9	14,2	14,3	15,1	15,3	16,0	14,6
з них із торговою площею від 120 кв. м	10,9	11,7	12,7	10,6	11,8	10,0	10,6	12,8
Структура непродовольчих магазинів:								
- з універсальним асортиментом товарів	5,4	5,7	5,2	4,0	4,0	3,7	3,3	2,5
з них з торговою площею:								
від 2500 кв. м і більше	1,0	1,5	2,2	3,4	3,1	7,4	8,2	5,2
від 1000 до 2499 кв. м	3,2	5,2	5,0	5,6	7,2	8,4	7,8	8,5
до 120 кв. м	50,3	52,1	51,6	59,4	54,4	52,0	49,6	47,6
- спеціалізовані непродовольчі магазини з торговою площею від 2500 кв. м і більше	0,5	0,44	0,4	0,3	0,4	0,3	0,3	нд
- інші спеціалізовані непродовольчі магазини	94,1	93,86	94,4	95,7	95,6	96,0	96,4	97,5

Джерело: побудовано автором за даними [8-14]

асортиментом. Такий підхід, на нашу думку, суттєво обмежує можливості об'єктивної оцінки стану розвитку мережі магазинів.

Серед продовольчих переважали магазини з універсальним асортиментом, проте їх питома вага, починаючи з 2012 р., почала скорочуватися до 2016 р. включно, тоді як спеціалізованих магазинів – зростати – з 14,2% у 2012 р. до 16% у 2016 р. У 2017 р. ситуація змінилася.

Серед продовольчих магазинів з універсальним асортиментом відповідно до запропонованого розподілу за розміром переважали невеликі об'єкти, торгова площа яких становила 120-399 кв. м. З точки зору забезпечення максимальної широти вибору товарів такі магазини не можуть виконувати даної функції у повному обсязі.

У складі непродовольчих переважали спеціалізовані магазини. На фоні коливання динаміки у 2017 р. їх питома вага зросла до 97,5%.

Серед непродовольчих магазинів з універсальним асортиментом суттєву перевагу мали об'єкти з торговою площею до 120 кв. м.

Отримані результати є дискусійними, оскільки універсальна форма товарної спеціалізації передбачає, що в асортименті представлено майже усі групи непродовольчих товарів. Разом з тим, обмеження розміру торгової площі (до 120 кв. м) викликає сумніви щодо можливості реалізації даного підходу.

Відповідно до розробленої Державною службою статистики України форми збору статистичної інформації в структурі роздрібно-ї торговельної мережі за методом роздрібного продажу товарів виділено магазини самообслуговування. Характерною позитивною тенденцією періоду 2010-2017 рр. було щорічне зростання частки цих магазинів, внаслідок чого у 2017 р. на них припадало 23,4% від загальної кількості магазинів. При цьому зміна кількості магазинів самообслуговування не мала чітко вираженої тенденції до зростання чи зменшення. Аналогічний характер мала зміна кількості магазинів за

асортиментним профілем. При цьому у структурі переважали продовольчі магазини самообслуговування, питома вага яких протягом досліджуваного періоду перевищувала 60%.

До 2013 року включно методика збору статистичної інформації передбачала розгляд різних форм роздрібного продажу товарів з виділенням торгівлі зі складів, з орендованих кутків, лотків та поза магазинами (табл. 6).

Тенденцію щорічного скорочення продемонстрували об'єкти з роздрібного продажу товарів з лотків. Кількість об'єктів з реалізації товарів зі складів та орендованих кутків, за виключенням 2011 року, також зменшилася.

Протягом 2012-2013 рр. чітко простежувалася тенденція до скорочення кількості усіх видів об'єктів, що застосовували зазначені форми роздрібного продажу товарів. Така динаміка відповідним чином позначилася і на скороченні обсягу товарообороту.

Починаючи з 2014 року, крім магазинів, кіосків та автозаправних станцій, у статистичних даних окремо виділяють лише торгівлю поза магазинами.

Такий підхід до групування є дискусійним, оскільки окремого пояснення потребує, що саме слід розуміти під поняттям «поза магазинами», зважаючи на те, що кіоски та автозаправні станції – це окремі види торговельних об'єктів, які за своєю сутністю також можуть бути віднесені до позамагазинних каналів роздрібного продажу товарів.

До того ж, як відомо, роздрібна торговельна мережа у сучасних умовах характеризується різноманітністю видів торговельних об'єктів, у складі яких розрізняють магазини, павільйони, кіоски, торговельні центри, торговельні автомати. При цьому, як бачимо з табл. 5, зазначені об'єкти не знаходять свого відображення у формах збору статистичної інформації, що звужує можливість об'єктивної оцінки структурних характеристик роздрібно-ї торговельної мережі України. У зв'язку з цим розроблені форми статистичної звітності потребують доопрацювання та удосконалення.

Таблиця 6

**Динаміка розвитку об'єктів за формами позамагазинної торгівлі за 2011-2013 рр. (%)**

	2011	2012	2013
Темп росту об'єктів з торгівлі:			
- зі складів	100,3	93,4	90,8
- з орендованих кутків	102,3	86,2	80,9
- поза магазинами	99,4	97,5	95,7
- з лотків	96	86,1	97

Джерело: побудовано автором за даними [8-10]

Таблиця 7

**Динаміка розвитку об'єктів позамагазинної торгівлі за 2010-2016 рр.**

Показники	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Кількість об'єктів позамагазинної торгівлі, од.	22069	21944	21394	19339	15711	15203	14424
Темп росту, %	-	99,4	97,5	90,3	81,2	96,7	94,7

*Джерело: побудовано автором за даними [8-13]*

Повертаючись до аналізу розвитку позамагазинної торгівлі України, слід зазначити, що кількість об'єктів з позамагазинного продажу товарів протягом 2011-2016 рр. демонструвала тенденцію до щорічного скорочення (табл. 7).

**Висновки з цього дослідження.** Розвиток роздрібно-торговельної мережі України протягом 2010-2017 рр. мав нестабільний характер, що негативним чином позначалося

на функціонуванні споживчого ринку України та послабленні конкурентних позицій роздрібно-торгівлі країни у контексті глобалізаційних викликів. Методика оцінки стану розвитку суб'єктів торговельного підприємництва та видів торговельних об'єктів має ряд недоліків, що обмежує можливості проведення дослідницької роботи, тому розроблені форми статистичної звітності потребують доопрацювання та удосконалення.

## ЛІТЕРАТУРА:

1. Апопій В.В. Соціальна функція торгівлі / В.В. Апопій // Економіка і прогнозування. – 2007. – № 4. – С. 93-103.
2. Берман Б., Эванс Дж. Розничная торговля: стратегический подход / Пер. с англ. – 8-е изд. – М.: Вильямс, 2003. – 1184 с.
3. Голошубова Н.О. Структурна перебудова торгівлі споживчими товарами / Н.О. Голошубова // Товари і ринки. – 2013. – № 1. – С. 16-28.
4. Копич І.М. Внутрішня торгівля України: проблеми і перспективи розвитку : монографія / за ред. В. Апопії. – Львів: Новий Світ, 2014. – 564 с.
5. Леви М. Основы розничной торговли / М. Леви, Б. А. Вейтц. – СПб. : Питер, 2001 – 448 с.
6. Трансформаційні процеси в торгівлі України в умовах інтернаціоналізації : монографія / Л.О. Лігоненко, Г.М. Богославець, Г.Л. Піратовський та ін.; за ред. Л.О. Лігоненко. – К. : КНТЕУ, 2009. – 334 с.
7. Шпильова Ю.Б. Сталий розвиток роздрібно-торгівлі України / Ю.Б. Шпильова, І.М. Шпильовий // Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту. – 2012. – № 1. – С. 108-120.
8. Мережа роздрібно-торгівлі та ресторанного господарства підприємств на 1 січня 2012 року: Статистичний бюлетень. – К.: Державна служба статистики України, 2012 – 124 с.
9. Мережа роздрібно-торгівлі та ресторанного господарства підприємств на 1 січня 2013 року: Статистичний бюлетень. – К.: Державна служба статистики України, 2013 – 123 с.
10. Мережа роздрібно-торгівлі та ресторанного господарства підприємств на 1 січня 2014 року: Статистичний бюлетень. – К.: Державна служба статистики України, 2014 – 122 с.
11. Мережа роздрібно-торгівлі підприємств на 1 січня 2015 року: Статистичний бюлетень. – К.: Державна служба статистики України, 2015. – 89 с.
12. Мережа роздрібно-торгівлі підприємств на 1 січня 2016 року: Статистичний бюлетень. – К.: Державна служба статистики України, 2016. – 89 с.
13. Мережа роздрібно-торгівлі підприємств на 1 січня 2017 року: Статистичний бюлетень. – К.: Державна служба статистики України, 2017. – 67 с.
14. Торгова мережа підприємств роздрібно-торгівлі на 1 січня 2018 року: Статистичний бюлетень. – К.: Державна служба статистики України, 2018. – 38 с.

## REFERENCES:

1. Apopi V.V. (2007). Sotsial'na funktsiya torhivli. [Social function of trade]. Ekonomika i prohnozuvannya, № 4, pp. 93-103.
2. Berman B., Evans Dzh. (2003). Roznichnaya trgovlya: strategicheskij podkhod. [Retail trade: strategic approach]. M.: Vil'yams, 1184 p.
3. Holoshubova N.O. (2013) Strukturna perebudova torhivli spozhyvchymy tovaramy [Structural restructuring of consumer goods trade]. Tovary i rynky, № 1, pp. 16-28.

4. Kopych I.M. (2014). Vnutrishnya torgivlya Ukrayiny` : problemy` i perspekty`vy` rozvy`tku [monografiya] za red. V. Apopiya [ Domestic trade of Ukraine: problems and prospects]. Lviv : Novy svit, 564 p.
5. Levi M. (2001). Osnovy roznichnoy torgovli. [The fundamentals of retail trade]. SPb. : Piter, 448 p.
6. Transformatsiyni protsesy v torhivli Ukrayiny v umovakh internatsionalizatsiyi ( 2009): monohrafiya / L.O. Lihonenko, H.M. Bohoslavets', H.L. Piratovs'kyy ta in.; za red. L.O. Lihonenko [Transformation processes in Ukrainian trade in the conditions of internationalization]. K. : KNTEU, 334 p.
7. Shpyl'ova Y.B., Shpyl'ovyy I.M. (2012). Stalyy rozvytok rozdribnoyi torhivli Ukrayiny. [Sustainable development of retail trade of Ukraine]. Visnyk Skhidnoyevropeys'koho universytetu ekonomiky i menedzhmentu, № 1, pp. 108-120.
8. Merezha rozdribnoyi torhivli ta restorannoho hospodarstva pidpryyemstvna 1 sichnya 2012 roku: Statystychnyy byuleten'. (2012). [The network of retail trade and restaurant business of enterprises on January 1, 2012]. K.: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrayiny, 124 p.
9. Merezha rozdribnoyi torhivli ta restorannoho hospodarstva pidpryyemstvna 1 sichnya 2013 roku: Statystychnyy byuleten'. (2013). [The network of retail trade and restaurant business of enterprises on January 1, 2013]. K.: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrayiny, 123 p.
10. Merezha rozdribnoyi torhivli ta restorannoho hospodarstva pidpryyemstvna 1 sichnya 2014 roku: Statystychnyy byuleten'. (2014). [The network of retail trade and restaurant business of enterprises on January 1, 2014]. K.: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrayiny, 122 p.
11. Merezha rozdribnoyi torhivli pidpryyemstv na 1 sichnya 2015 roku: Statystychnyy byuleten'. (2015). [The network of retail trade of enterprises on January 1, 2015] – K.: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrayiny, 89 p.
12. Merezha rozdribnoyi torhivli pidpryyemstv na 1 sichnya 2016 roku: Statystychnyy byuleten'. (2016). [The network of retail trade of enterprises on January 1, 2016]. K.: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrayiny, 89 p.
13. Merezha rozdribnoyi torhivli pidpryyemstv na 1 sichnya 2017 roku: Statystychnyy byuleten'. (2017). [The network of retail trade of enterprises on January 1, 2017]. K.: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrayiny, 67 p.
14. Torhova merezha pidpryyemstv rozdribnoyi torhivli na 1 sichnya 2018 roku: Statystychnyy byuleten'. (2018). [Trading network of enterprises of retail trade on January 1, 2018]. K.: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrayiny, 38 p.