

УДК 339.3:339.5

Лунак Р. Л.

economist_555@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-1830-1800

ResearcherID: I-2980-2017

д.е.н., проф., професор кафедри економіки,

Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

Качан О. Є.

kachan71y@icloud.com, ORCID ID: 0009-0001-0496-0186

докторант, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

СПЕЦИФІКА ТОРГІВЛІ ЯК ГАЛУЗІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ: ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ, ЕКОНОМІЧНИЙ ТА СОЦІАЛЬНИЙ АСПЕКТИ

Анотація. У статті наголошено на вагомій ролі торгівлі у побудові та розвитку національного господарства, через яку вдається сформувати усі необхідні умови для задоволення базових та прогресивних потреб громадськості, бізнесу і країни загалом. Аналіз останніх досліджень і публікацій довів високу зацікавленість наукової спільноти у вивченні торгівлі, починаючи з її виникнення, та продовжуватиметься і надалі, виходячи із здатності торгівлі виконувати значну кількість критичних завдань для соціально-економічного розвитку країни та світового господарства. Наголошено, що торгівля є системоутворюючим видом економічної діяльності та виконує функції обміну та розподілу, товаропросування, інтеграції, інституціоналізації та інші. Запропоновано специфіку торгівлі розглядати, виходячи з її економічного та соціального значення і розділяючи на внутрішній та зовнішній виміри. Встановлено, що для внутрішньої торгівлі характерно з позиції економічного значення забезпечувати ділову активність населення, підтримку та захист національних товаровиробників, просторово-структурну конкурентоспроможність економіки, формування привабливого інвестиційного середовища в країні та інше; з позиції соціального значення – розширення сфер зайнятості населення, збільшення місткості споживчого ринку, розширення соціальних можливостей держави, дотримання стандартів безпеки споживання та інше. Натомість для зовнішньої торгівлі з позиції економічного значення – участь країни у міжнародному розподілі та обміні результатів праці, реалізацію її експортного потенціалу та зміцнення зовнішньоекономічної безпеки, залучення іноземних інвестицій та технологій в національну економіку, формування транскордонних збутових систем та інше; з позиції соціального значення – інституціоналізацію соціального партнерства, ініціювання реалізації міжнародних проєктів із соціального підприємництва і розвитку соціальної інфраструктури на внутрішньому ринку, впровадження прогресивних методів соціального діалогу, соціалізацію торгівлі та адаптацію до глобалізації торговельних відносин.

Ключові слова: внутрішня торгівля, зовнішня торгівля, національна економіка, торговельні відносини, споживчий ринок.

Lupak Ruslan

economist_555@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-1830-1800

ResearcherID: I-2980-2017

Doctor of Economics, Professor, Professor at the Department of Economics,

Lviv University of Trade and Economics, Lviv

Kachan Oleh

kachan71y@icloud.com, ORCID ID: 0009-0001-0496-0186

Doctoral Student, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

SPECIFICITY OF TRADE AS A BRANCH OF THE NATIONAL ECONOMY: FUNCTIONAL, ECONOMIC AND SOCIAL ASPECTS

Abstract. *The article points out the significant role of trade in the building and development of the national economy, through which it is possible to form all the necessary conditions to meet the basic and progressive needs of the public, business and the country as a whole. The analysis of recent studies and publications has proved the high interest of the scientific community in the study of trade, since its inception and will continue to be based on the ability of trade to perform a significant number of critical tasks for the socio-economic development of the country and the world economy. It is emphasized that trade is a system-forming type of economic activity and performs the functions of exchange and distribution, sales, integration, institutionalization and others. It is proposed to consider the specifics of trade on the basis of its economic and social significance and to divide into internal and external dimensions. It has been determined that domestic trade is characterized from the point of view of economic importance to ensure business activity of the population, support and protection of national producers, spatial and structural competitiveness of the economy, formation of an attractive investment environment in the country, etc.; from the standpoint of social importance – the expansion of the spheres of employment of the population, the increase in the capacity of the consumer market, the expansion of the social capabilities of the state, the observance of consumption safety standards, etc. Instead, for foreign trade from the standpoint of economic importance – the country's participation in the international distribution and exchange of labor results, the implementation of its export potential and the strengthening of foreign economic security, the attraction of foreign investments and technologies into the national economy, the formation of cross-border sales systems, etc.; from the position of social importance – the institutionalization of social partnership, the initiation of the implementation of international projects on social entrepreneurship and the development of social infrastructure in the domestic market, the introduction of progressive methods of social dialogue, the socialization of trade and adaptation to the globalization of trade relations.*

Key words: internal trade, foreign trade, national economy, trade relations, consumer market.

JEL Classification: D30, F10, L10

DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-1256-2023-38-06>

Постановка проблеми. Торгівля є важливою частиною галузевого комплексу країни, базовим напрямом забезпечення потреб суспільства та стала основним середовищем побудови економічних відносин, через які суб'єкти ринку можуть дієво досягнути цільових орієнтирів, задовольняти тактичні та стратегічні інтереси та стрімко розвиватися. Торгівля вже давно перестала об'єднувати лише продавців та покупців товарів і послуг, а за сучасних глобалізаційних тенденцій охоплює все більші масштаби життєзабезпечення як громадськості, бізнесу, так і країни загалом, поєднуючи їхні можливості та ресурси для успішного вирішення низки важливих завдань. Через те, що торгівля об'єднує усі інститути державотворення, її розглядають як потужний інструмент інституціональних змін та структурних реформ у країні. Зокрема, для окремих країн торгівля є основним джерелом забезпечення функціонування і розвитку,

через яку підтримується їх макроекономічна стабільність та економічна безпека.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Торгівля є об'єктом багатьох досліджень, результати яких дозволяють ґрунтовно з'ясувати її змістовність, значення, передове зростання та інше. Варто виділити наукові праці В. Апопія, М. Барни, Т. Васильціва, П. Куцика, Л. Лігонько, А. Мазаракі, Н. Міценко, І. Міщука, Б. Семака та інших, у яких багато уваги приділено базовим характеристикам функціонування, інструментарію розвитку торгівлі тощо. Водночас в умовах безперервних технологічних нововведень торгівля активно трансформується та чинить значний вплив на увесь галузевий комплекс національного господарства, змінює усталені підходи до підприємницької діяльності, створює нові стандарти і правила у суспільстві і все це обумовлює потребу в обґрунтуванні існуючої специфіки торговельних відносин.

Постановка завдання. Метою статті є виявлення функціональної, економічної та соціальної специфіки торгівлі як галузі національної економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження. В багатьох наукових теоріях і працях значення торгівлі розглядається нарівні з важливістю утвердження в державі інститутів влади, права, захисту майна. Так, у Кодексі Юстиніана, канонічному праві та інших давніх працях торгівлю тлумачили як професійну діяльність, що дозволяла ремісникам збувати вироблений товар та забезпечувати власне існування і розширення, а споживачам його отримувати в обмін на тогочасні знаки вартості (гроші) [1]. В той час торгівля стала базовим мірилом здатності держави налагодити та регулювати суспільні процеси з причілом на покращення умов і стандартів життя.

Представники теорії меркантилізму вбачали торгівлю як основу функціонування та розвитку країни, що зосереджувала увесь грошовий капітал та вирішувала головні завдання виробничої сфери економіки. Так, Т. Мен, А. Монкретсьєн розцінювали суспільне багатство, поєднуючи його із здатністю суб'єктів господарювання організовано вести торгівлю та активно розширювати торговельні відносини [2]. Таким чином торгівля набула значення пріоритетного джерела нагромадження країною необхідних ресурсів для забезпечення власного існування та поступального розвитку.

У наукових дослідженнях представників класичної школи політекономії торгівля розглядалася з позиції визначення вартості праці та компенсації витрат на виробництво продукції. У. Петі почав торгівлю характеризувати як головний критерій оцінювання розвитку країни, через яку продовжувалися виробничі процеси, а продукція набувала нового значення, змінюючи цінність із отримання прибутку для виробників на життєзабезпечення суспільства [3]. Будучи прихильником таких же тверджень, А. Сміт зазначав, що поділ праці, а відтак і налагодження будь-яких відносин у країні неможливі без торгівлі, адже завдяки їй суспільство має можливість відстоювати власні інтереси, покращувати добробут [4, с. 25–27].

У подальшому розширенні наукових теорій торгівлю визначали, виходячи з характеристик необхідного існування в країні середовища, що дозволяє дієво забезпечувати потреби

та інтереси представників бізнесу, громадськості та влади. П. Самуельсон, В. Нордхаус торгівлю обґрунтовували як сферу грошових відносин, яка поширювалася на усі можливі види товарів та послуг і зв'язувала виробництво та споживання, тим самим забезпечуючи розвиток усіх стадій суспільного відтворення [5, с. 14–15]. Відтак торгівля позиціонується як провідна галузь національного господарства, яка не лише забезпечує доведення товарів із сфери виробництва до сфери споживання, а узгоджує процеси розширеного відтворення обсягів господарської діяльності та капіталу в країні.

На думку В. Апопія, трактування сутності та змісту торгівлі часто є суперечливе і необґрунтоване. В основному це пов'язано з тим, що торгівлю розглядають досить звужено, зокрема з позиції процесу купівлі-продажу товарів і послуг чи товарно-грошового обміну [6, с. 5–6]. Втім, торгівля виконує значно більшу кількість функцій і не лише організації обміну чи розподілу результатів праці. Торгівля попри те, що є генеруючою галуззю економіки у побудові збалансованого та раціонально структурованого національного господарського комплексу, також забезпечує вирішення багатьох критично важливих соціально-економічних завдань у країні. Насамперед йдеться про забезпечення зайнятості значної частини населення, підтримку та посилення ділової активності суспільства, вирівнювання просторово-територіальних диспропорцій внутрішнього ринку.

У праці [7, с. 47] поняття “торгівля” вивчається як соціально-економічна система з впорядкованою сукупністю функціонально взаємопов'язаних і взаємодіючих елементів у межах вибудованих зв'язків та відносин. Так, В. Апопій, будучи прихильником системного підходу, торгівлю розділяє на окремі підсистеми (соціальну, функціональну, організаційну та територіальну), у кожній із яких виділяється перелік її цільових орієнтирів та завдань [6, с. 6]. Теперішні глобалізаційні та неоіндустріальні виклики підтвердили й інші системні можливості торгівлі у побудові високорозвинутої та конкурентоспроможної економіки. Так, торгівля ініціює впровадження інновацій у різних сферах та сегментах економіки, посилює цифровізацію бізнесу і становлення інформаційного суспільства та інше, що забезпечує підтримку та активне стимулювання технологічного розвитку країни.

Торгівля є провідним інструментом налагодження та розширення економічних відносин, головними учасниками яких, з одного боку, є виробники, які зосереджуються на збільшенні обсягів реалізації продукції та кінцевому отриманні більшого прибутку, а, з іншого, – споживачі, які прагнуть задовольнити купівельні потреби, отримуючи товари належної якості та відповідно до її рівня ціни. Так, у праці [8, с. 19] торгівлю розглядають як бізнес-середовище із значними можливостями для кожного учасника у задоволенні широких потреб: безпосередньо бізнесу – знаходити привабливі сфери інвестування та досягати запланованого рівня прибутковості, держави – сформувати конкурентне середовище, в якому постійно зростає кількість суб'єктів підприємницької діяльності та їх рівень прибутковості і податкових виплат; суспільства – придбати товари у відповідності до купівельної спроможності та споживчих потреб.

Більше того, торгівля якнайкраще здатна адаптувати нові вимоги для забезпечення належного функціонування та розвитку національного господарства на тлі часто непередбачуваності глобалізаційних змін. Перевага торгівлі в порівнянні з іншими галузями полягає в її можливостях об'єднувати ресурси та забезпечувати їх ефективне використання, що в теперішніх умовах постійного зростання вартості господарських операцій набуває високої цінності та необхідності. Тут варто відзначити стрімке зростання електронної торгівлі, яка не лише скорочує шлях перепродажу товарів та зменшує витрати виробників і суб'єктів торговельного бізнесу, а головне – надає можливість їм постійно та напряму взаємодіяти з кінцевим споживачем.

Торгівля виконує значну кількість функцій, що дозволяє її розцінювати як системоутворюючий вид економічної діяльності – сектор економіки. Відомо, що базовою функцією торгівлі є обмін результатів праці (товарів, послуг) на гроші, тобто збільшення вартості праці та розширення споживчої цінності її результатів. У праці [9, с. 30] наголошується, що з високою інтенсивністю глобалізаційних трансформацій процеси обміну на внутрішньому споживчому ринку ускладнюються, існує потреба у зміні нормативно-правових положень, гармонізації стандартів і вимог та формуванні єдиних правил у відповідності до зовнішнього впливу. Відомо, що процеси обміну залежать не лише від асортименту

товарів і послуг, а й від способів грошових розрахунків. Водночас в епоху цифровізації що асортимент товарів, що грошові операції активно трансформуються. Так, на ринку все більше місце займають ІКТ-товари (програмне забезпечення, ІТ-послуги, мобільні та інші технології), а для їх обміну необхідно вибудувати належну функціонально-технічну інфраструктуру (впровадити програмні сервіси, мережі передачі даних, засоби віртуального обчислення). Такі ж тенденції й у сфері грошових операцій, де розвивається криптографія, мобільний банкінг, краудфандінг.

Також важливою функцією торгівлі є товаропросування, що передбачає доведення товарів із сфери виробництва до сфери споживання. Б. Марков зауважує, що суть відповідної функції варто розглядати в контексті якомога швидшого переміщення товарів до сфери споживання та одночасно максимального збереження їх споживчих властивостей [10, с. 35–36]. Натомість Г. Мисака наголошує на високих витратах обігу торговельних підприємств при переміщенні товарів від виробників до споживачів, що може призводити до звуження прямих функцій об'єктів торгівлі та, як наслідок, погіршення якості обслуговування та культури торгівлі [11, с. 104–105]. Втім, неоіндустріальні зміни у світовому господарстві дозволяють сьогодні торговельним підприємствам налагоджувати швидке проходження товарів до споживачів, використовуючи найновіші технічні та технологічні засоби і у підсумку зменшувати витрати обігу та забезпечувати високу товарооборотність, підтримуючи прямі та постійні контакти зі споживчим сектором.

У працях [12, с. 73–79; 13, с. 17–23] виділяється роль торгівлі у налагодженні інтеграційних зв'язків між галузями, регіонами чи окремими секторами національного господарства. Особливо важливо, що у межах такого співробітництва можливо вирішувати складні соціально-економічні завдання, а також сформувати необхідні передумови для налагодження міжнародного галузевого чи регіонального економічного партнерства. А. Потапова, Н. Краснопольська наголошують, що завдяки посиленню таких зв'язків вдається розширити просторово-територіальні масштаби обміну результатами праці, раціонально збалансувати розміщення вузькоспеціалізованих об'єктів торгівлі [14, с. 161–162]. Також можна розраховувати й на інші

позитивні зміни, зокрема на розширення асортименту, покращення якості та структури витрат обігу, посилення цінової доступності товарів та іншого. Як стверджують Н. Прокурніна, О. Стефанишин, торгівля в міру підтримки і розширення співпраці між галузями чи регіонами сприяє їх матеріально-технічному та сировинному забезпеченню, нагромадженню нових конкурентних переваг та стабільному поступальному розвитку [15, с. 34–35; 16].

Торгівля поряд з тим, що забезпечує обмін та розподіл результатів праці, вибудовує товарорух та товаропросування, налагоджує партнерські зв'язки в галузевому та регіональному вимірах, здатна активно впливати на сфери виробництва та споживання. На думку Є. Кучеренко, торгівля все масштабніше встановлює орієнтири у виробничому секторі економіки, висуваючи нові вимоги до асортименту та якості товарів, тривалості їх виготовлення. Сформувався тенденція, коли товаровиробники задля гарантування збуту продукції усіяко намагаються пристосувати власні виробничі програми до інтересів представників торговельної сфери та загальних вимог споживчого ринку [17, с. 16–17]. Натомість О. Корпан виділяє вплив торгівлі на споживчий сектор, змінюючи обсяги та структуру споживання, переорієнтовуючи споживчі цінності та традиції суспільства, вибудовуючи нову культуру торговельних відносин [18].

Відомо, що вагоме значення у побудові торговельних відносин займає просторово-територіальний вимір, у результаті чого виділяють внутрішню та зовнішню торгівлю. Такий поділ торгівлі виражено розділяє функціональні аспекти її побудови та розвитку, а особливо в контексті посилення її економічної та соціальної ролі у розвитку бізнесу, суспільства та країни загалом. Так, у працях [19, с. 11–32; 20, с. 12–29] автори, надаючи характеристики внутрішньої торгівлі, виділяють її ключову роль у посиленні ділової та інвестиційно-інноваційної активності суб'єктів бізнесу, забезпечуючи одночасно високу продуктивність та ефективність господарювання. Також значна увага приділяється здатності торгівлі дієво налагоджувати та активно стимулювати розвиток окремих секторів бізнесу, зокрема малого бізнесу, що за багатьма науковими міркуваннями постає як основа поступу країни та її конкуренто-

спроможності. Натомість Т. Васильців наголошує на можливостях торгівлі ефективно впроваджувати заходи детінізації економіки, зростання конкуренції, протекціоністської підтримки та ін., що дозволяють забезпечити збалансованість внутрішнього ринку та захист економічних інтересів вітчизняних товаровиробників [21, с. 11–18]. Варто виділити й вагоме значення внутрішньої торгівлі у формуванні привабливого інвестиційного середовища, розширенні масштабів реалізації прогресивних підприємницьких проєктів, що якісно стимулює залучення бізнесом провідних технологій та посилює рівень технологічності важливих операцій на внутрішньому споживчому ринку. Поряд з тим, покровоко нарощується інноваційний потенціал торгівлі з орієнтацією на формування і розвиток нових ринкових сегментів [22, с. 223–230].

Також внутрішня торгівля має вагоме соціальне значення і здатна результативно вирішувати складні завдання при забезпеченні незалежного розвитку й утриманні стабільності громадянського суспільства та його інститутів. Так, Б. Семак, І. Мазярко схильні виділяти ключове значення торгівлі у розширенні сфер соціальної відповідальності бізнесу, соціальних можливостей держави, соціального діалогу в суспільстві і відповідно до цього варто очікувати на низку позитивних наслідків, як-от – нагромадження та ефективного використання людського і соціального капіталу, утвердження прогресивних соціальних норм та цінностей та ін. [23, с. 71–79; 24, с. 105–107].

Відомою є залежність макроекономічної стабільності та конкурентоспроможності країни від обсягів здійснення і масштабів розширення зовнішньої торгівлі. Так, зовнішня торгівля забезпечує надходження валюти та реалізацію експортного потенціалу, але, попри те, вирішує й інші важливі стратегічні завдання у соціально-економічному розвитку країни. А. Мазаракі наголошує, що зовнішня торгівля є досить ефективним інструментом для забезпечення участі країни у міжнародному розподілі й обміні результатів праці та інтеграції вітчизняного бізнесу у світову систему господарювання [25, с. 10–29]. Такої ж думки Т. Ковтун, А. Матвієнко, які вбачають здатність зовнішньої торгівлі успішно залучати іноземні інвестиції та інноваційні розробки в національну економіку, ініціювати та розширювати масштаби реалізації міжна-



Рис. 1. Специфіка торгівлі як галузі національної економіки: функціональний, економічний та соціальний аспекти

Джерело: авторська розробка

родних підприємницьких проєктів та загалом покращувати економічну кооперацію вітчизняних підприємств у сфері міжнародного бізнесу [26, с. 28–30].

Зовнішня торгівля має значний вплив і на зміцнення інших складових конкурентоспроможності країни. Так, через систему зовнішньоторговельних відносин можливо вдало налагодити маркетингово-промоційну підтримку вітчизняних товаровиробників на нових ринках і, таким чином, утвердити їхній високий діловий імідж або інше – сформувати транскордонні збутові системи і, відповідно, зміцнити логістичний потенціал вітчизняного бізнесу та полегшити його інтеграцію у глобальні ланцюги продажу товарів і послуг.

Низка науковців виділяють пріоритетне значення зовнішньої торгівлі, коли йдеться про необхідність ініціювання реалізації міжнародних проєктів із соціального підприємництва і розвитку соціальної інфраструктури на внутрішньому споживчому ринку. Також поширеною є думка про високу здатність зовнішньої торгівлі дієво залучати міжнародні організації для впровадження прогресивних стандартів соціальної підтримки, захисту та допомоги у ринковому середовищі країни. Варто виділити ключове значення зовнішньої торгівлі у розвитку соціального діалогу та зміцненні соціалізації товарно-грошових відносин із прицілом на адаптацію внутрішнього споживчого ринку до тенденцій глобалізації в торгівлі [27, с. 32–37; 28].

Узагальнюючи вищенаведене, на рис. 1 представлено специфіку торгівлі як галузі національної економіки, виходячи з функціональних, економічних та соціальних аспектів.

Висновки та перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Торгівля є системоутворюючим видом економічної діяльності – сектором економіки, виконуючи функції: обміну та розподілу результатів праці (товарів, послуг); товаропросування – доведення товарів із сфери виробництва до сфери споживання; інтеграції міжрегіональних, міжгалузевих та міжсекторальних зв'язків; інституціалізації відносин між виробництвом та споживанням. Специфіка торгівлі як галузі визначається здатністю вирішувати значну кількість економічних та соціальних завдань у відповідності до просторово-територіальних характеристик, згідно з якими виокремлюють внутрішню та зовнішню торгівлю.

Перспективи подальших досліджень варто пов'язати із декомпонуванням структури внутрішньої торгівлі з прицілом на її прогресивний розвиток та, відповідно, виділенням як традиційних ознак класифікації торгівлі, так і ознак цифровізації та глобалізації, згідно з якими відбуваються теперішні трансформації ринкового середовища.

ЛІТЕРАТУРА

1. Задохайло Д. В. Господарське право : підруч. URL: http://pidruchniki.ws/1640011648672/pravo/spetsialna_chastina
2. Козик В. В., Панкова Л. А., Даниленко Н. Б. Міжнародні економічні відносини : навч. посібник. URL: <http://www.infolibrary.com.ua/bookstext4380.html>
3. Корнійчук Л. Я., Татаренко Н. О., Поручник А. М. Історія економічних учень : підручник. URL: <https://buklib.net/books/21914>
4. Сміт А. Добробут націй. Дослідження про природу та причини добробуту націй ; пер. з англ. О. Васильєва, М. Межевікіна, А. Малівський. Київ : Port'Royal, 2001. 594 с.
5. Samuelson P. A., Nordhaus W. D. Economics – 16th ed. Copyright 1998 by The McGraw-Hill Companies in mainland China, 1998. 800 p.
6. Апопій В. В. Функціонування та розвиток внутрішньої торгівлі. *Торгівля, комерція, підприємництво*. 2015. Вип. 18. С. 5–10.
7. Система регулювання внутрішньої торгівлі України : монографія / за ред. В. Апопії, І. Копича. Київ : Академвидав, 2012. 424 с.
8. Азарян О., Локтев Е., Оліфіров В. Організація і технологія торгівлі : навч. посібник. Донецьк : Дмитренко, 2007. 528 с.
9. Організація торгівлі : підручник. 2-ге вид., перероб та доп. / за ред. В. В. Апопії. Київ : ЦНЛ, 2005. 616 с.
10. Марков Б. М. Фактори впливу на формування та розвиток товаропросування продовольчих товарів. *Економіка та держава*. 2016. № 12. С. 34–38.
11. Мисака Г. В. Аналітичний інструментарій управління витратами обігу підприємств торгівлі в умовах невизначеності. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*. 2021. № 1. С. 103–111.
12. Лупак Р. Л., Хомицький А. І. Удосконалення методики оцінювання ефективності функціонування підприємств оптової торгівлі. *Бізнес Інформ*. 2016. № 7. С. 73–79.
13. Савощенко А. С. Інфраструктура товарного ринку : навч. посібник. Київ : КНЕУ, 2005. 336 с.
14. Потапова А. Г., Краснополська Н. В. Особливості просторового розміщення закла-

дів внутрішньої торгівлі Волинської області. *Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту*. 2019. № 25. С. 160–167.

15. Проскурніна Н. Розвиток роздрібно торгівлі в умовах динамічної природи змін. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2018. Вип. 22. Ч. 3. С. 34–37.

16. Стефанишин О. Б. Особливості ресурсної забезпеченості розвитку торгівлі. *Науковий огляд*. 2016. № 3(24). URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/217450504.pdf>

17. Кучеренко Є. В. Взаємозв'язок виробництва і споживання у контексті теорій суспільства масового споживання. *Економічний вісник*. 2014. № 4. С. 16–22.

18. Корпан О. С. Теоретико-методологічні аспекти формування та оцінювання рівня культури торговельного обслуговування споживачів. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2019. № 5. С. 147–150.

19. Чорна М. В., Жувагіна І. О. Оцінка інвестиційного потенціалу підприємств роздрібно торгівлі : монографія. Харків : Лідер, 2014. 216 с.

20. Внутрішня торгівля в Україні: економічні умови ефективного розвитку : монографія / за ред. А. А. Мазаракі. Київ : КНТЕУ, 2006. 195 с.

21. Васильців Т. Г., Флейчук М. І., Лупак Р. Л. Пріоритети і засоби державної політики забезпечення економічної безпеки розвитку внутрішнього ринку в Україні. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки*. 2017. Вип. 53. С. 10–19.

22. Дубовик Т. В., Бучацька І. О. Інноваційна спрямованість розвитку підприємств роздрібно торгівлі. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2017. № 1. С. 223–230.

23. Семак Б. Б., Васильців Т. Г., Лупак Р. Л. Напрями формування інтелектуально-кадрового забезпечення підприємств роздрібно торгівлі. *Економічний дискурс*. 2016. Вип. 2. С. 71–79.

24. Мазярко І. С. Оцінювання передумов реалізації соціального діалогу у роздрібній торгівлі України. *Економіка та держава*. 2016. № 3. С. 105–108.

25. Структурна переорієнтація зовнішньої торгівлі у системі факторів економічного зростання : монографія / за ред. А. А. Мазаракі. Київ : КНТЕУ, 2011. 651 с.

26. Ковтун Т. Д., Матвієнко А. П. Актуальні тренди міжнародної торгівлі товарами та особливості зовнішньої торгівлі України. *Бізнес Інформ*. 2019. № 9. С. 28–35.

27. Лупак Р. Л. Розвиток підприємництва в умовах імпортонасичення внутрішнього ринку

України. *Підприємництво і торгівля*. 2018. Вип. 22. С. 136–142.

28. Міценко Н. Г., Кабаці Б. І., Федоренко А. О. Залежність економіки України від зовнішньої торгівлі: тенденції зміни індикаторів. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки*. 2021. № 62. С. 12–21.

REFERENCES

1. Zadykhajlo, D. V. Hospodarske pravo : pidruch., available at: http://pidruchniki.ws/1640011648672/pravo/spetsialna_chastina

2. Kozyk, V. V. Pankova, L. A. and Danylenko, N. B. Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny : navch. posibnyk, available at: <http://www.infolibrary.com.ua/bookstext4380.html>

3. Kornijchuk, L. Ya. Tatarenko, N. O. and Poruchnyk, A. M. Istoriiia ekonomichnykh uchen : pidruchnyk, available at: <https://buklib.net/books/21914>

4. Smit A. (2001), Dobrobut natsij. Doslidzhenia pro pryrodu ta prychny dobrobutu natsij ; per. z anhl. O. Vasylieva, M. Mezhevikina, A. Malivskyj, PortRoyal, Kyiv, 594 s.

Samuelson, P. A. and Nordhaus, W. D. (1998), Economics – 16th ed. Copyright 1998 by The McGraw. Hill Companiin mainland China, 800 s.

5. Apopij, V. V. (2015), “Funktsionuvannia ta rozvytok vnutrishnoi torhivli”, *Torhivlia, komertsiiia, pidpriumnytstvo*, vyp. 18, s. 5–10.

6. Systema rehuliuwannia vnutrishnoi torhivli Ukrainy : monohrafiia / za red. V. Apopiia, I. Kopycha (2012), Akademvydav, Kyiv, 424 s.

7. Azarian O., Loktiev E. and Olifirov V. (2007), “Orhanizatsiia i tekhnolohiia torhivli : navch. posibnyk”, Dmytrenko, Donetsk, Ukraine.

Orhanizatsiia torhivli : pidruchnyk. 2-he vyd., pererob ta dop. / za red. V. V. Apopiia (2005), TsNL, Kyiv, 616 s.

8. Markov, B. M. (2016), “Faktoiry vplyvu na formuvannia ta rozvytok tovaroprosuvannia prodovolchyykh tovariv”, *Ekonomika ta derzhava*, № 12, s. 34–38.

9. Mysaka, H. V. (2021), “Analychnyy instrumentarij upravlinnia vytratamy obihu pidpriumstv torhivli v umovakh nevyznachenosti”, *Problemy suchasnykh transformatsij. Seriia: ekonomika ta upravlinnia*, № 1, s. 103–111.

10. Lupak, R. L. and Khomytskyj, A. I. (2016), “Udoskonalennia metodyky otsiniuvannia efektyvnosti funktsionuvannia pidpriumstv optovoi torhivli”, *Biznes Inform*, № 7, s. 73–79.

11. Savoschenko, A. S. (2005), “Infrastruktura tovarnoho rynku : navch. posibnyk”, KNEU, Kyiv, Ukraine.

12. Potapova, A. H. and Krasnopolska, N. V. (2019), “Osoblyvosti prostorovoho rozmischennia

zakladiv vnutrishnoi torhivli Volynskoi oblasti”, *Visnyk Volynskoho instytutu ekonomiky ta menedzhmentu*, № 25, s. 160–167.

13. Proskurnina N. (2018), “Rozvytok rozdribnoi torhivli v umovakh dynamichnoi pryrody zmin”, *Naukovyj visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu*, № 22(3), s. 34–37.

14. Stefanyshyn, O. B. (2016), “Osoblyvosti resursnoi zabezpechenosti rozvytku torhivli”, *Naukovyj ohliad*, № 3(24), available at: <https://core.ac.uk/download/pdf/217450504.pdf>

15. Kucherenko, Ye. V. (2014), “Vzaiemozvi-azok vyrobnytstva i spozhyvannia u konteksti teorij suspilstva masovoho spozhyvannia”, *Ekonomichnyj visnyk*, № 4, s. 16–22.

16. Korpan, O. S. (2019), “Teoretyko-metodolohichni aspekty formuvannia ta otsiniuvannia rivnia kultury torhovelnoho obsluhovuvannia spozhyvachiv”, *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu*, № 5, s. 147–150.

17. Chorna, M. V. and Zhuvahina, I. O. (2014), “Otsinka investytsijnogo potentsialu pidpriemstv rozdribnoi torhivli : monohrafiia”, *Lider*, Kharkiv, Ukraine.

18. Vnutrishnia torhivlia v Ukraini: ekonomichni umovy efektyvnoho rozvytku : monohrafiia / za red. A. A. Mazaraki (2006), KNTEU, Kyiv, Ukraine.

Vasylytsiv, T. H. Flejchuk, M. I. and Lupak, R. L. (2017), “Priorityty i zasoby derzhavnoi polityky zabezpechennia ekonomichnoi bezpeky rozvytku vnutrishnoho rynku v Ukraini”, *Visnyk Lvivskoho torhovelno-ekonomichnoho universytetu. Ekonomichni nauky.*, vyp. 53, s. 10–19.

19. Dubovyk, T. V. and Buchatska, I. O. (2017), “Innovatsijna spriamovanist rozvytku pidpriemstv rozdribnoi torhivli”, *Marketynh i menedzhment innovatsij*, № 1, s. 223–230.

Semak, B. B. Vasylytsiv, T. H. and Lupak, R. L. (2016), “Napriamy formuvannia intelektualno-kadrovoho zabezpechennia pidpriemstv rozdribnoi torhivli”, *Ekonomichnyj dyskurs*, № 2, s. 71–79.

20. Maziarko, I. S. (2016), “Otsiniuvannia peredumov realizatsii sotsialnoho dialohu u rozdribnij torhivli Ukrainy”, *Ekonomika ta derzhava*, № 3, s. 105–108.

21. Strukturna pereorientatsiia zovnishnoi torhivli u systemi faktoriv ekonomichnoho zrostantia : monohrafiia / za red. A. A. Mazaraki (2011), KNTEU, Kyiv, 651 s.

22. Kovtun, T. D. and Matviienko, A. P. (2019), “Aktualni trendy mizhnarodnoi torhivli tovaramy ta osoblyvosti zovnishnoi torhivli Ukrainy”, *Biznes Inform*, № 9, s. 28–35.

23. Lupak, R. L. (2018), “Rozvytok pidpriemnytstva v umovakh importonasychennia vnutrishnoho rynku Ukrainy”, *Pidpriemnytstvo i torhivlia*, № 22, s. 136–142.

24. Mitsenko, N. H. Kabatsi, B. I. and Fedorenko, A. O. (2021), “Zalezhnist ekonomiky Ukrainy vid zovnishnoi torhivli: tendentsii zminy indyikatoriv”, *Visnyk Lvivskoho torhovelno-ekonomichnoho universytetu. Ekonomichni nauky*, № 62, s. 12–21.

Стаття надійшла до редакції 28 вересня 2023 р.