

УДК 658.87

Власова Н. О., Ковінько О. С.

ТЕНДЕНЦІЇ КОНЦЕНТРАЦІЇ У РОЗДРІБНІЙ ТОРГОВЕЛЬНІЙ МЕРЕЖІ УКРАЇНИ

Досліджено сучасний стан та тенденції розвитку торговельної мережі роздрібної торгівлі. Визначено основні процеси у динаміці та складі торговельної мережі, що свідчать про позитивний розвиток та деякі особливості процесів концентрації у роздрібній торгівлі України.

Ключові слова: концентрація, роздрібна торгівля, темпи зростання, товарооборот, торгівельна мережа, тенденції розвитку.

Vlasova N., Kovinko O.

CONCENTRATION TRENDS IN RETAIL NETWORK OF UKRAINE

Modern condition and trends of the development of retail network are studied. Main processes in the dynamics and composition of retail network are determined, which tell about the positive development and some peculiarities of concentration processes in retail trade in Ukraine.

Keywords: concentration, retail trade, rate of growth, commodity turnover, commercial network, development trends.

Вступ. Торговельна сфера сьогодні – одна з тих, що найбільш динамічно розвиваються в економіці України. За перші 11 років поточного століття темпи росту роздрібного товарообороту суттєво випереджали (майже у 2 раз) темпи зростання валового внутрішнього продукту. За 2000-2011 роки ВВП зріс у 7,74 рази, роздрібний товарооборот в цілому у 14,4 рази. При цьому обсяг роздрібних продажів збільшується швидше, ніж доходи населення, які підвищилися у 9,94 рази. Торговельна галузь України стала однією з основних бюджетоутворюючих систем, її частка у внутрішньому валовому продукті країни становила у 2011 році 15,4%. У роздрібній торгівлі діють понад 60 тис. господарських одиниць, а в цілому у галузі працюють близько 3 млн. осіб, що складає 14,8% від загального числа зайнятих в економіці країни. При цьому основна частка зайнятих у торгівлі працівників

2) об'єднання об'єктів торгівлі у торговельні мережі різних типів та на різних умовах (концентрації та централізації капіталів, добровільної кооперації). Має обмеження за рівнем керованості та контролю.

Постановка завдання, мета статті. Стаття присвячена дослідженню сучасного стану та тенденцій розвитку роздрібної торгівлі України і відповідних їм змін у концентрації торговельної мережі.

Виклад основного матеріалу. Загалом роздрібний товарооборот за останні 11 років підвищився більш ніж у 14,4 рази (табл. 1), що свідчить про зростання масштабів торговельної галузі. Хоча в останні роки він зростав дещо повільніше, що пояснюється: по-перше, кризовими явищами в економіці (2009 рік); по-друге, збільшенням базових показників щодо розрахунку темпів зростання.

Таблиця 1

Динаміка обороту роздрібної торгівлі за 2000-2011 роки

| Показники | 2000 р. | 2005 р. | 2008 р. | 2009 р. | 2010 р. | 2011 р. | 2011 р. до 2000 р., % | 2011 р. до 2005 р. |
|--|---------|---------|---------|---------|---------|---------|-----------------------|--------------------|
| Оборот роздрібної торгівлі, млрд грн | 47,5 | 174,4 | 456,0 | 444,3 | 541,5 | 685,7 | 1443,6 | 393,2 |
| Ланцюгові темпи росту, % | 100,0 | 367,2 | 261,5 | 97,4 | 121,9 | 126,6 | - | - |
| у тому числі: | | | | | | | | |
| - товарооборот поза межами торговельної мережі, млрд грн | 18,7 | 80,1 | 209,1 | 213,3 | 260,5 | 335,7 | 1795,2 | 419,1 |
| - роздрібний товарооборот торговельної мережі без рест. госп., млрд грн | 26,7 | 90,0 | 238,5 | 222,8 | 271,4 | 338,7 | 1268,5 | 376,3 |
| Ланцюгові темпи росту, % | 100,0 | 337,1 | 265,0 | 93,4 | 121,8 | 124,8 | - | - |
| Частка роздрібного товарообороту торговельної мережі без рест. госп. у загальному товарообороті, % | 56,2 | 51,6 | 52,3 | 50,1 | 50,1 | 49,4 | 87,9 | 95,7 |

використовується саме у роздрібній торгівлі, більш ніж 70,0% [1–3].

Роздрібна торгівля це достатньо складна галузь, яка представлена різноманітними суб'єктами господарювання: юридичними та фізичними особами; об'єктами, для яких торговельна діяльність є основною, та об'єктами інших видів діяльності, які реалізують свою продукцію населенню. Вона здійснюється як у магазинах, так і поза магазинами, може бути стаціонарною та пересувною, організованою та неорганізованою. Займаючи проміжне місце між виробництвом та споживанням роздрібна торгівля є дуже чутливою до змін у зовнішньому середовищі. Значна залежність від мінливих потреб населення, необхідність максимального наближення до покупців та інші галузеві особливості впливають на можливості та розвиток процесів концентрації, які протікають у торгівлі за двома основним напрямками:

1) зростання розміру окремих об'єктів торгівлі (магазинів) за рахунок вкладення додаткових ресурсів у нарощування обсягів діяльності, залучення більшої кількості покупців (саме концентрація виробництва). Цей напрям має обмеження за рівнем поточних та капітальних витрат й розміром попиту населення;

Найбільш високими темпами зростає товарооборот, що здійснюється поза межами торговельної мережі, до якого включено розрахункові обсяги продажу споживчих товарів, що реалізуються фізичними особами-підприємцям та на ринках. Він розраховується статистичними органами на основі даних суцільного одноразового обстеження та адміністративних даних щодо мережі роздрібної торгівлі та ресторанного господарства, що належить фізичним особам-підприємцям. Відставання у розвитку роздрібного товарообороту торговельної мережі відбивається на зменшенні його питомої ваги у загальному обсязі обороту роздрібної торгівлі з 56,2% у 2000 році до 49,4% у 2011 році. Це явище можна пояснити наступними обставинами: змінами у системі оподаткування суб'єктів господарювання (введенням єдиного податку); більшою гнучкістю невеликих торговельних об'єктів у мінливому зовнішньому середовищі; значною часткою обороту (по розрахунках Мінекономрозвитку до 40,0%), що знаходиться у тіні.

Роздрібний товарооборот торговельної мережі включає оборот підприємств (юридичних осіб) й не є неоднорідним. У його складі виокремлюють оборот з торгівлі автомобілями, паливом та ін.; роздрібний товарооборот, який здійснюється підпри-

**Основні складові роздрібногo товарообороту торговельної мережі
за 2000-2011 роки**

| Показники | 2000 р. | 2005 р. | 2008 р. | 2009 р. | 2010 р. | 2011 р. | 2011 р. до 2000 р., % | 2011 р. до 2005 р., % |
|---|---------|---------|---------|---------|---------|---------|-----------------------------|-----------------------------|
| У складі роздрібногo товарообороту торговельної мережі: | | | | | | | | |
| 1) торгівля автомобілями, паливом та ін., млрд грн | 2,2 | 10,5 | 36,8 | 35,8 | 48,6 | 65,9 | 2995,5 | 627,6 |
| Частка у роздрібному товарообороті торговельної мережі, % | 8,2 | 11,7 | 15,4 | 16,1 | 17,9 | 19,5 | - | - |
| 2) роздрібний товарооборот інших видів діяльності, млрд грн | 11,6 | 40,7 | 98,9 | 60,5 | 69,0 | 79,4 | 684,5 | 195,1 |
| Частка у роздрібному товарообороті торговельної мережі, % | 43,4 | 45,2 | 41,5 | 27,2 | 25,4 | 23,4 | - | - |
| 3) роздрібний товарооборот підприємств торгівлі без торгівлі автомобілями та ін., млрд грн | 13,8 | 40,7 | 106,2 | 129,2 | 156,7 | 196,8 | 1426,1 | 483,5 |
| Частка у роздрібному товарообороті торговельної мережі, % | 48,3 | 43,1 | 43,1 | 56,8 | 56,7 | 57,1 | - | - |
| У тому числі: товарооборот продовольчих товарів, млрд грн | 7,7 | 3,2 | 58,4 | 72,6 | 90,2 | 110,4 | 1433,8 | 475,9 |
| Частка у роздрібному товарообороті підприємств торгівлі без торгівлі автомобілями та ін., % | 55,8 | 57,0 | 55,0 | 56,2 | 57,6 | 56,1 | - | - |
| Товарооборот непродовольчих товарів, млрд грн | 6,1 | 17,5 | 47,8 | 55,9 | 65,9 | 85,6 | 1403,3 | 489,1 |
| Частка у роздрібному товарообороті підприємств торгівлі без торгівлі автомобілями та ін., % | 44,2 | 43,0 | 45,0 | 43,8 | 42,4 | 43,9 | - | - |

сметствами інших видів діяльності; роздрібний товарооборот власно підприємств торгівлі споживчими товарами (табл. 2).

Як свідчать показники таблиці, незважаючи на кризу, високими темпами зростає торгівля автомобілями, оборот якої зріс майже у 30 разів, а його частка у 2011 році у роздрібному товарообороті торговельної мережі досягла 19,5%. Активний розвиток сучасних форм роздрібногo торговельної мережі як автомобілями, так й іншими товарами, поступово витісняє із споживчого ринку торгівлю, яку здійснюють підприємства інших видів економічної діяльності (промисловості, сільськогосподарства, транспорту й ін.). Питома вага цієї складової роздрібногo товарообороту за 11 років зменшилась з 43,4% до 23,4%. Торгівля продовольчими та непродовольчими товарами зростає високими темпами, які практично співпадають з загальними показниками динаміки обороту роздрібногo торгівлі. Вона займає основне місце у товарообороті торговельної мережі (у 2011 році – 57,1%). А у складі її обороту превалюють продовольчі товари, питома вага яких декілька зростає у посткризовому періоді.

В цілому динаміка роздрібногo товарообороту свідчить про інтенсивний розвиток роздрібногo торгівлі, яка представлена відповідною мережею різноманітних підприємств. Але показники розвитку останньої дещо не співпадають з напрямками розвитку обороту (табл. 3).

Аналіз показників розвитку мережі роздрібногo торгівлі дозволяє визначити наступні тенденції:

- поступове зниження як кількості підприємств (юридичних осіб), так і кількості об'єктів роздрібногo торгівлі за 11 років відповідно на 34,9% й 37,8%;

ної торгівлі за 11 років відповідно на 34,9% й 37,8%;

- у складі підприємств найбільша втрата характерна для роздрібногo торгівлі, у яку не входить торгівля автомобілями (48,2%), у меншому ступені зменшилась кількість підприємств інших видів діяльності (на 26,6%). Що стосується торгівлі автомобілями, то їх кількість зросла на 12,1%;

- при негативній динаміці кількості об'єктів роздрібногo торгівлі у останньому періоді (2005-2011 рр.) більш інтенсивно зменшується кількість напівстаціонарних об'єктів торгівлі (відповідно темпи змін складають 86,7% та 45,3%), що свідчить про зміни у структурі мережі на користь стаціонарних об'єктів;

- у складі магазинів значно скорочується частка магазинів, що реалізують продовольчі товари. На кінець періоду, що досліджується кількість продовольчих магазинів стала меншою ніж кількість непродовольчих магазинів, коли у 2000 році перші перевищували другі більш ніж у 2 рази;

- співставлення темпів зміни кількості магазинів та їх торговельної площі свідчить про зростання середніх розмірів торговельних об'єктів як у продовольчій, так і непродовольчій торгівлі.

Остання тенденція та співвідношення показників динаміки торговельної мережі з показниками динаміки роздрібногo товарообороту дають можливість дійти до висновку щодо нарощування процесів концентрації у роздрібногo торгівлі. Підтверджує цей висновок також інформація про зміни у складі торговельної мережі магазинів за останні 6 років (2005-2011 роки) (табл. 4).

По-перше, найбільш інтенсивно зростає розмір магазинів за обсягом обороту у торгівлі продовольчими товарами, що підтверджується значним зниженням їх частки у загальній кількості магазинів під час відносно стійкої та високої частки у роздрібному товарообороті.

Середні розміри різних груп магазинів за торговельною площею дозволяють з високою достовірністю судити про стан та тенденції процесів концентрації у роздрібній торгівлі. Це обумовлено тим, що, з одного боку, торгова площа визначає в значній мірі розмір інших факторів виробництва

Таблиця 3

Показники розвитку мережі роздрібної торгівлі за 2000-2011 роки

| Показники | 2000 р. | 2005 р. | 2008 р. | 2009 р. | 2010 р. | 2011 р. | 2011 р. до 2000 р., % | 2011 р. до 2005 р., % |
|---|---------|---------|---------|---------|---------|---------|-----------------------|-----------------------|
| Кількість підприємств роздрібної торгівлі (юридичних осіб), на кінець року тис. од. | 45,0 | 37,4 | 32,6 | 30,7 | 30,0 | 29,3 | 65,1 | 78,3 |
| в т.ч. підприємства з: | | | | | | | | |
| - торгівлі автомобілями, паливом та ін. | 1,40 | 1,28 | 1,64 | 1,51 | 1,54 | 1,57 | 112,1 | 122,7 |
| - інших видів діяльності | 15,8 | 16,4 | 13,1 | 12,4 | 12,1 | 11,6 | 73,4 | 70,7 |
| - роздрібної торгівлі без торгівлі автомобілями та ін.: | 22,0 | 15,0 | 12,8 | 12,0 | 11,7 | 11,4 | 51,8 | 76,0 |
| з них: з продажу продовольчих товарів | 12,2 | 8,53 | 7,31 | 6,91 | 6,73 | 6,50 | 53,3 | 76,2 |
| з продажу непродовольчих товарів | 9,35 | 6,22 | 5,40 | 4,93 | 4,82 | 4,78 | 51,1 | 76,8 |
| Кількість об'єктів роздрібної торгівлі, тис. од. | 103,2 | 75,2 | 69,2 | 65,3 | 64,8 | 64,2 | 62,2 | 85,4 |
| у тому числі: | | | | | | | | |
| 1) мережа магазинів роздрібної торгівлі, тис. од. | 77,9 | 55,8 | 50,5 | 47,7 | 48,0 | 48,4 | 62,1 | 86,7 |
| - продовольчі | 52,1 | 31,9 | 26,0 | 24,6 | 24,2 | 23,7 | 45,5 | 74,3 |
| - непродовольчі | 25,8 | 23,9 | 24,5 | 23,0 | 23,8 | 24,7 | 95,7 | 103,3 |
| в них торгова площа, тис.м ² | 7029 | 6359 | 8089 | 8015 | 8431 | 9013 | 128,2 | 141,7 |
| - продовольчі | 4545 | 3677 | 4145 | 4206 | 4261 | 4512 | 99,3 | 122,7 |
| - непродовольчі | 2484 | 2682 | 3944 | 3809 | 4170 | 4501 | 181,2 | 167,8 |
| 2) напівстаціонарні об'єкти торгівлі, од. | - | 19399 | 12109 | 10980 | 9818 | 8783 | - | 45,3 |
| з них кіоски, од. | - | 13877 | 12109 | 10980 | 9818 | 8783 | - | 63,3 |

По-друге, у складі магазинів, що реалізують переважно продовольчі товари, високими темпами зростає кількість й частка нових сучасних форматів. Кількість гіпермаркетів зросла у 3,8 рази, супермаркетів та універсамів у 1,6 рази. Їх частка відповідно збільшилися на 0,76% та 3,4% та склали на кінець періоду 0,95% та 6,2% у загальній кількості магазинів продовольчої торгівлі. Більш повільно зростає також й частка спеціалізованих магазинів з 10,6% до 13,0%.

По-третє, для сегменту торгівлі непродовольчими товарами більш характерною рисою є концентрація на базі спеціалізації торговельних об'єктів. За досліджуваній період частка спеціалізованих магазинів зросла на 4,9% й склали у 2011 році 94,3%.

Четверте, важливою умовою зростання розмірів торговельних об'єктів є організація обслуговування покупців. Найбільш прийнятною формою є самообслуговування, питома вага якої у роздрібній торговельній мережі поступово зростає. Так, частка магазинів самообслуговування серед продовольчих магазинів зросла з 6,2% до 18,7%, а у непродовольчих з 2,9% до 9,7%.

П'яте, співставлення темпів зростання торгової площі за групами магазинів з темпами зміни їх кількості дозволяють однозначно визначити про збільшення середніх розмірів об'єктів стаціонарної торгівлі, що більш детально можна простежити за даними табл. 5.

(кількість торговельного персоналу, розмір товарних запасів та інших активів), в умовах ефективного господарювання вона відповідає потребам ринку в межах зони діяльності суб'єкту торгівлі. З другого боку, середні показники як узагальнюючі показники характеризують типовий рівень явища. Вони виражають величину ознаки, віднесену до одиниці сукупності. Середні величини замінюють велику кількість індивідуальних значень ознаки, виявляючи загальні властивості, що притаманні всім одиницям сукупності. Це, у свою чергу, дозволяє уникнути випадкових причин і виявити загальні закономірності, обумовлені загальними причинами [4].

Як бачимо, середній розмір магазинів роздрібної торговельної мережі зріс на 63,5% й склав у 2011 році 186,3 м². Дещо більш високими темпами зростає середній розмір продовольчих магазинів, який на кінець періоду досяг 190,6 м². Це було обумовлено, в першу чергу, зростанням середньої торгової площі універсальних магазинів, яке відбувалося за рахунок зростання у їх складі великих торговельних форматів: гіпермаркетів (понад 5000 м²) та супермаркетів (понад 1000 м²). Залишаються невеликими спеціалізовані продовольчі магазини, середній розмір яких не перевищує 80 м².

Середній розмір магазинів, що реалізують не-продовольчі товари, зростає повільніше. Ця тенденція пов'язана зі зростанням частки спеціалізованих магазинів, середній розмір яких хоча й збільшується (на 69,4%), але залишається значно меншим відносно універсальних.

Важливим моментом, що характеризує підвищення рівня концентрації, є збільшення середніх розмірів магазинів самообслуговування як у продовольчій, так і у непродовольчій торгівлі. Наприкінці періоду їх показники зблизилися і склали відповідно 693,4 м² та 693,0 м².

Таблиця 4

Склад та динаміка мережі магазинів роздрібної торгівлі за 2005-2011 роки

| Показники | 2005 р. | 2008 р. | 2009 р. | 2010 р. | 2011 р. | 2011 р. до 2005 р., % |
|---|---------|---------|---------|---------|---------|-----------------------|
| Склад торговельної мережі | | | | | | |
| 1. Частка у загальній кількості магазинів, %: | | | | | | |
| - продовольчих магазинів | 57,1 | 51,5 | 51,7 | 50,4 | 48,9 | - |
| - непродовольчих магазинів | 42,9 | 48,5 | 48,3 | 49,6 | 51,1 | - |
| 2. У складі продовольчих: | 28522 | 22951 | 21658 | 21031 | 20601 | 72,2 |
| - універсальні, од. | | | | | | |
| частка у складі продовольчих магазинів, % | 89,4 | 88,2 | 87,9 | 86,9 | 87,0 | - |
| з них: універсами, супермаркети, од. | 904 | 1273 | 1319 | 1422 | 1456 | 161,1 |
| частка у складі продовольчих магазинів, % | 2,8 | 4,9 | 5,4 | 5,9 | 6,2 | - |
| гіпермаркети, од. | 59 | 169 | 188 | 202 | 225 | 381,4 |
| частка у складі продовольчих магазинів, % | 0,19 | 0,65 | 0,76 | 0,83 | 0,95 | - |
| - спеціалізовані магазини, од. | 3369 | 3060 | 2981 | 3161 | 3066 | 91,0 |
| частка у складі продовольчих магазинів, % | 10,6 | 11,8 | 12,1 | 13,1 | 13,0 | - |
| 3. У складі непродовольчих магазинів: | 2523 | 1712 | 1541 | 1282 | 1414 | 56,0 |
| - універсальні магазини, од. | | | | | | |
| частка у складі непродовольчих магазинів, % | 10,6 | 7,0 | 6,7 | 5,4 | 5,7 | - |
| з них: універсами, од. | 20 | 12 | 13 | 13 | 21 | 105,0 |
| частка у складі непродовольчих магазинів, % | 0,08 | 0,05 | 0,06 | 0,05 | 0,08 | - |
| - спеціалізовані магазини, од. | 21390 | 22757 | 21471 | 22526 | 23302 | 108,9 |
| частка у складі непродовольчих магазинів, % | 89,4 | 93,0 | 93,3 | 94,6 | 94,3 | - |
| 4. У складі загальної кількості магазинів: | | | | | | |
| - магазини самообслуговування, од. | 2675 | 5322 | 5498 | 6161 | 6827 | 255,2 |
| частка у загальній кількості, % | 4,8 | 10,5 | 11,5 | 12,8 | 14,1 | - |
| з них: продовольчі магазини | 1975 | 3639 | 3847 | 4048 | 4436 | 224,6 |
| частка у складі продовольчих магазинів, % | 6,2 | 14,0 | 15,6 | 16,7 | 18,7 | - |
| непродовольчі магазини | 700 | 1683 | 1651 | 2113 | 2391 | 341,6 |
| частка у складі непродовольчих магазинів, % | 2,9 | 6,9 | 7,2 | 8,9 | 9,7 | - |
| Розмір торгової площі за групами магазинів, тис. м ² | | | | | | |
| У складі продовольчих магазинів: | 3459 | 3932 | 3983 | 4015 | 4269 | 123,4 |
| - універсальних магазинів | | | | | | |
| з них: універсамів, супермаркетів | 814 | 1166 | 1197 | 1284 | 1409 | 173,1 |
| гіпермаркетів | 302 | 943 | 1048 | 1107 | 1247 | 412,9 |
| - спеціалізованих магазинів | 218 | 213 | 223 | 246 | 243 | 111,5 |
| У складі непродовольчих магазинів: | 594 | 483 | 420 | 400 | 648 | 118,4 |
| - універсальних магазинів | | | | | | |
| з них: універсамів | 106 | 75 | 86 | 111 | 312 | 109,1 |
| - спеціалізованих магазинів | 2088 | 3461 | 3389 | 3770 | 3853 | 184,5 |
| Магазинів самообслуговування | 1281 | 3465 | 3650 | 4195 | 4733 | 369,5 |
| з них: продовольчих магазинів | 1005 | 2432 | 2592 | 2746 | 3076 | 306,1 |
| непродовольчих магазинів | 276 | 1033 | 1058 | 1449 | 1657 | 600,4 |

Середній розмір різних типів магазинів в Україні та їх динаміка за 2005-2011 роки

(м²)

| Показники | 2005 р. | 2008 р. | 2009 р. | 2010 р. | 2011 р. | 2011 р. до 2005 р., % |
|------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|-----------------------|
| Середня торгова площа магазинів | 114,0 | 160,2 | 168,2 | 175,6 | 186,3 | 163,5 |
| у тому числі: | | | | | | |
| 1) продовольчих магазинів | 115,3 | 159,4 | 170,7 | 176,1 | 190,6 | 165,3 |
| у складі продовольчих магазинів: | | | | | | |
| - універсальних магазинів | 121,3 | 171,3 | 183,9 | 190,9 | 207,2 | 170,9 |
| з них: універсамів, супермаркетів | 900,4 | 915,9 | 907,5 | 903,0 | 967,7 | 107,5 |
| гіпермаркетів | 5118,6 | 5579,9 | 5574,5 | 5480,2 | 5542,2 | 108,3 |
| - спеціалізованих магазинів | 64,7 | 69,6 | 74,8 | 77,8 | 79,3 | 122,5 |
| 2) непродовольчих магазинів | 112,2 | 161,2 | 165,5 | 175,2 | 182,1 | 162,4 |
| у складі непродовольчих магазинів: | | | | | | |
| - універсальних магазинів | 235,4 | 282,1 | 272,6 | 312,0 | 458,3 | 194,7 |
| з них: універмагів | 5300,0 | 6250,0 | 6615,4 | 8538,5 | 14857,1 | 280,3 |
| - спеціалізованих магазинів | 97,6 | 152,1 | 157,8 | 167,4 | 165,4 | 169,4 |
| Магазинів самообслуговування | 478,9 | 651,1 | 663,9 | 680,9 | 693,3 | 144,8 |
| з них: продовольчих магазинів | 508,9 | 668,3 | 673,8 | 678,4 | 693,4 | 136,3 |
| непродовольчих магазинів | 394,3 | 613,8 | 640,8 | 685,8 | 693,0 | 175,8 |

Висновки. Проведені дослідження дозволяють стверджувати про наявність та позитивний розвиток процесів концентрації у мережі роздрібної торгівлі України. Функціональне призначення роздрібної торгівлі визначає особливості цього процесу у галузі, де концентрація на рівні окремих об'єктів обмежена попитом населення. Для неї більш прийнятною є концентрація на базі створення об'єднань підприємств у формі торговельних мереж. Подальші дослідження будуть присвячені саме особливостям цієї форми концентрації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Роздрібна торгівля України у 2011 році: Статистичний збірник ; [під заг. кер. В.О. Піщейка] - Державна служба статистики України. – К. : Техніка, 2012. – 177 с.
2. Сайт Держкомстату України. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Україна у цифрах у 2011 році : Статистичний збірник ; [за ред. О. Г. Осауленка] - Державна служба статистики України. – К. : Техніка, 2012. – 211 с.
4. Чернова Т. В. Экономическая статистика: учебное пособие / Т. В. Чернова. – Таганрог : Изд-во ТРТУ, 1999. – 140 с.