

Кузьма Х. В.,
аспірант, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

КОМІСІЙНА ТОРГІВЛЯ: ІСТОРІЯ ВИНИКНЕННЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ

Анотація. У статті узагальнено і систематизовано підходи вітчизняних та зарубіжних науковців щодо визначення сутності понять “торгівля” та “комісійна торгівля”. Розглянуто історію розвитку комісійної торгівлі та її сучасний стан. Визначені особливості комісійної торгівлі, як особливої форми діяльності. Досліджено, що комісійна торгівля має всі ознаки, які притаманні торговельній діяльності, проте має і ряд інших особливостей, які відповідають саме цій формі торгівлі. Здійснено класифікацію комісійної торгівлі, завдяки якій підприємство зможе визначити ті пріоритетні напрямки в рамках яких воно буде проводити свою діяльність.

Ключові слова: торгівля, комісійна торгівля, класифікація, комісія, посередництво, особливості.

Kuzma H. V.,
Postgraduate, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

COMMISSION TRADE: HISTORY OF ORIGIN AND FEATURES

Abstract. The article summarized and systematized the approaches of domestic and foreign scientists as to the determination of the essence of concepts of "trade" and "commission trade". The history of commission trade and its current state are revealed. The features of commission trade as a particular form of activity are defined. Investigated that commission trade has all the features which are inherent to trading activities, however it has several other features that correspond exactly to this form of trade. The classification of commission trade is implemented, whereby the company will be able to identify the priority areas within which it will carry out its activities.

Keywords: trade, commission trade, classification, commission, intermediary, features.

Постановка проблеми. На сьогоднішній день торгівля відіграє величезне значення в економіці країни. Торгівельна діяльність набула надзвичайно великого розвитку і це призводить до проведення нових наукових досліджень у даній сфері. На сучасному етапі наукових досліджень не приділяється достатньо уваги такій формі торгівлі як “комісійна торгівля”.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В своїх працях досліджували комісійну торгівлю такі вчені як: В. В. Апопій [1], Н. В. Секіріна, С. В. Мочерний [7], Ю. Д. Чацкіс, П. Й. Атамас [2], О. Г. Дроздова [6] та інші. Однак останніми роками комісійну торгівлю досліджували на недостатньому рівні, як наслідок, теоретичні погляди щодо сутності комісійної торгівлі є суперечливими.

Постановка завдання. Основною метою даної статті є уточнення сутності комісійної торгівлі та визначення її особливостей.

Виклад основного матеріалу дослідження. Перш ніж ми розкриємо сутність комісійної торгівлі не можливо не розкрити сутність самого поняття “торгівля”.

Так, О. Г. Дроздова вважає, що торгівля – це специфічна сфера діяльності або галузь народного господарства в якій відбувається передача товарів від продавців до покупців [6].

На думку В. В. Липчука, “торгівля” – це особлива діяльність людей, яка пов’язана із здійсненням актів купівлі-продажу і є сукупністю специфічних технологічних і господарських операцій, спрямованих на обслуговування процесу обміну [10].

Г. В. Блакита зазначає, що торгівля – це будь-які операції, що здійснюються за договорами купівлі-продажу, міни, поставки та іншими цивільно-правовими договорами, які передбачають передачу прав власності на товари [5].

Щодо висвітлення такого поняття в законодавстві України, то слід зазначити, що воно не набуло розкриття. Тобто такого поняття як “торгівля” законодавчі акти України не висвітлюють. Однак для цілей оподаткування в Податковому Кодексі України все таки розкривається визначення торговельної діяльності. Так, торговельна діяльність – це роздрібна та оптова торгівля, діяльність у торговельно-виробничій (ресторанне господарство) сфері за готівку, інші готівкові платіжні засоби та з використанням платіжних карток [12].

На нашу думку, “торгівля” – це галузь господарства, яка виконує функції обігу товарів (забезпечує їх рух із сфери виробництва у сферу споживання).

На сучасному етапі наукових досліджень постають питання класифікації видів торговельних підприємств та форм торгівлі. Проблема класифікації яскраво проявляється в тому що не наведено чіткого місця такій специфічній формі торгівлі як комісійна.

Комісійна торгівля означала протилежність торгівлі особистої, що іменувалася “торгівлею власності”; вона означала – займатися товарами заради іншого.

Власне, комісія є “доручення, яке один купець дає іншому для торгівлі. Той, хто доручає, це комітент, той, кому дають доручення, – комісіонер. Вся комісійна торгівля входила в систему, де зустрічалися найрізноманітніші ситуації. Бували навіть випадки, коли комітент і комісіонер діяли пліч-о-пліч.

Якщо Голландія і не придумала комісію, яка була дуже давньою практикою, то вона досить рано і надовго зробила її першою з форм своєї торгової активності. Це означало, що всі можливі випадки, які передбачала комісія, апіорі там зустрічалися: як рівність, так і нерівність, як залежність, так і взаємна самостійність. Купець міг бути комісіонером іншого купця, який в своєму місці грав таку ж роль [9].

Комісійна торгівля в Україні виникла ще в 1917 р., однак офіційно вона з’явилася у 1926 р., коли Цивільний кодекс Української РСР поповнився розділом “Договір комісії”. Предметом такого договору могли бути не заборонені законом угоди з купівлі-продажу товарів, цінних паперів та іншого майна, з відправлення та страхування товарів і вантажів, а також по отриманню та виробництва платежів. Однак до кінця 1920-х років сфера практичного застосування договору комісії звужилася до реалізації речей (в основному широкого вжитку) через комісійні магазини, ломбарди, митні органи.

У 1920-1930 роки комісійні магазини брали на реалізацію так звані м’які товари (одяг, відрізи тканини, взуття, трикотаж, хутро), меблі, техніку і вимірювальні прилади, предмети мистецтва і старовини, музичні інструменти, товари господарського вжитку. До 1936 року в них існували відділи продажі верстатів, деталей, машинного обладнання, покупцями в яких найчастіше виступали установи та організації.

Але дуже скоро ці магазини перетворилися на джерело нелегального доходу для перекупників і кустарів, які здавали на комісію (під вигаданими адресами і прізвищами) великі партії товарів, за цінами часом в 2-3 рази вищими цін комерційної торгівлі. При цьому рядовим обивателям нерідко відмовляли в прийомі речей (під приводом затоварення). Широко практикувалися фіктивне повернення товарів, оцінка і прийом їх без фіксації в документах та інші зловживання. У доповідній записці, підготовленій Комісією партійного контролю для В. М. Молотова в 1935 році говорилося, що комісійні магазини використовуються як легальне прикриття спекулятивної діяльності приватників.

Після масштабної перевірки Комісією радянського контролю діяльності комісійних магазинів, урядом країни була зроблена спроба поставити їх під жорсткий контроль. РНК СРСР 29 липня 1935 р. постановив значно скоротити мережу, зосередивши її виключно в системі державної торгівлі, виключивши з цієї сфери споживчу кооперацію і кооперацію інвалідів. Категорично заборонявся прийом на комісію предметів кустарного виробництва, а також матеріалів виробничо-будівельного значення, верстатів і устаткування. Товари, вивезені з-за кордону, приймалися на комісію лише за умови надання документа, який засвідчував закінчення строків користування цими предметами, встановлених Наркоматом внутрішньої торгівлі СРСР. При відсутності документів потрібен був дозвіл місцевих митних органів. Наркомату внутрішньої торгівлі СРСР протягом місяця потрібно було встановити тверду мережу комісійних магазинів по всьому Союзу, так, щоб в Москві залишилося не більше десяти, в Ленінграді не більше восьми, в інших великих центрах (таких як Харків, Київ, Тифліс) по три-п’ять магазинів. Решта підлягали ліквідації. Однак убогість асортименту роздрібною мережі, відсутність сезонних товарів, нехватка часу на стояння в чергах – все це змушувало трудящих звертатися до послуг комісіонерів.

Вже на початку 1936 р. нарком внутрішньої торгівлі І. Я. Вейцер, констатувавши помітне ослаблення боротьби зі спекуляцією, санкціонував розширення мережі скуповування, зробивши прийом товарів широкого споживання у населення за готівковий розрахунок. Постановою Наркомату внутрішньої торгівлі СРСР від 25 лютого 1936 р. пропонувалося в місячний термін організувати на ринках міст магазини і намети для скупки за готівковий розрахунок товарів широкого споживання.

Перед війною для ліквідації товарного дефіциту держава організувала прийом в комісійні магазини меблів від підприємств і установ. У роки війни багато підприємств з лишком компенсували втрати. В ході перевірки Наркоматом держконтролю в 1944 р. з’ясувалося, що значну частину обороту комісійних і закупівельних магазинів складають закупівлі по безособистим розрахункам.

У роки Великої Вітчизняної війни, коли спекуляція була визнана одним з найнебезпечніших злочинів, а люди несли на продаж все, що могли, держава намагалася контролювати вторинний ринок.

У Москві на 01 січня 1942 р. діяло 25 комісійних і 39 скупних магазинів, включаючи 11 наметів на ринках (незабаром закритих як не виправдали себе). Продавати речі на ринку було вигідніше, ніж здавати їх в скупку, де давали дуже низьку ціну. Обороти комісіонерів помітно впали в міру розгортання в 1944 р. комерційної торгівлі.

Станом на 01 січня 1948 року в системі Мінторгу СРСР діяло 552 комісійних магазини, 143 магазини по продажу скуплених речей, 225 закупівельних пунктів. В системі промкооперації РРФСР в 1949 р. було 325 закупівельних пунктів, товарооборот яких склав 116 613,6 тис. руб. (проти 251 972,5 тис. руб. в 1948 р.), зменшення в основному відбулося за

рахунок скорочення скупки одягу (з 165 355,3 тис. руб. в 1948 р. до 53 396,4 тис. руб. в 1949 р.).

У травні 1953 р. уряд прийняв рішення про об'єднання систем промислової, лісопромислової кооперації та кооперації інвалідів. А 14 квітня 1956 р. у спільній постанові ЦК КПРС і Ради Міністрів СРСР наказано промисловій кооперації передати свої підприємства державному сектору в строк не пізніше 1960 р., заборонивши їй здійснення роздрібною торгівлі в будь-якій формі. Тим самим вся мережа скуповування виявилася зосереджена в системі державної торгівлі.

Згідно з правилами роботи 1956 р. закупівельних пунктів системи Мінторгу закуповували у населення предмети широкого і домашнього вжитку, художні вироби та вироби прикладного мистецтва (як нові, так і колишні у вживанні, за винятком тих, які не могли бути відреставровані); а у державних і кооперативних організацій і підприємств – зайві меблі та інвентар.

Але вже з початку 1960-х років почався процес ліквідації скупних магазинів: на 01 січня 1962 р. їх було 490, на 1 січня 1971 р. – 80, на 01 січня 1976 р. усього 47, їх товарооборот за четвертий квартал 1975 р. склав 5926 тис. руб. Скупна торгівля вимагала значних обігових коштів, оскільки здавачеві доводилося виплачувати гроші негайно, тому все більша увага приділялася розвитку комісійних магазинів.

Вважалося, що добре налагоджена комісійна торгівля перешкоджає розвитку спекуляції, тому її слід всіяко розвивати, ширше впроваджуючи прогресивні методи торгівлі – самообслуговування, оцінку речей на дому, доставку великогабаритних товарів, інформування здавачів про реалізацію за допомогою поштових відкриток тощо. Станом на 01 січня 1971 р. в СРСР діяли 1270 комісійних магазинів.

Відповідно до наказу Міністерства торгівлі СРСР з 1973 р. в країні створювалися державні комісійні магазини з продажу ювелірних виробів з дорогоцінних металів і каменів.

Правила комісійної торгівлі непродуктовими товарами, затверджені наказом Мінторгу СРСР від 13 лютого 1986 р. дозволяли здачу речей не тільки радянським громадянам, а й іноземцям, які тимчасово або постійно проживали на території СРСР, особам без громадянства та політемігрантам. На відміну від попереднього періоду при здачі речей на комісію комітенти були зобов'язані пред'явити паспорт або документ (крім тих випадків, коли вартість речей, які здаються на комісію не перевищувала 10 руб.). Комісійна винагорода встановлювалося в розмірі 7% від продажної ціни. За затвердженими Міністерством торгівлі СРСР правилами, комісійним магазинам заборонялося відмовляти населенню в прийомі речей, що мали не більше 50% зносу і придатних до подальшого використання, вони оцінювалися зі знижкою. Нові речі приймалися на комісію і продавалися за цінами не вище державних роздрібних прейскурантних цін.

Саме на рубежі 1980-1990-х років комісійна торгівля в СРСР зазнала останній підйом, коли

почався масовий завіз в країну імпортних товарів човниками [14].

На сучасному етапі розвитку ринкової економіки в Україні комісійна торгівля практично звелася до обмеженої кількості товарних позицій (дорогоцінне каміння, золото, срібло, антикваріат, картини та різні сувенірні вироби умільців) [11].

Комісійну торгівлю можна розглядати з різних підходів. Це обґрунтовується тим, що комісійна торгівля відноситься як до торговельної так, і до посередницької діяльності, і це відрізняє її від інших форм проведення торгівлі. Комісійній торгівлі в плані торговельної діяльності характерний процес здійснення торгівлі, тому що результатом такої діяльності є продаж товару. Але все-таки, метою здійснення такої діяльності є надання послуг, зокрема, з продажу товару комітента, в даному випадку і проявляються риси, що властиві посередництву.

Яскравим прикладом посередництва виступає саме комісійна торгівля. Комісійна торгівля як форма торгівлі, має всі риси, які властиві такій діяльності, проте має і свої специфічні відмінності. На наш погляд комісійна торгівля має подвійну природу, тому що поєднує в собі два важливих структурних елементи – це торгівля та надання послуг.

На основі проведеного дослідження економічної літератури можемо сказати, що такий термін як “комісійна торгівля” не розкривається. В своїх працях трактують термін “комісійна торгівля” лише деякі автори. Так, П. Й. Атамас під комісійною торгівлею розуміє особливий вид торговельної діяльності, яка полягає в тому, що торговельне підприємство продає товар, який не є його власністю, а належить іншому підприємству або фізичній особі [2, с. 231]. С. В. Мочерний вважає, що комісійна торгівля – форма торгівлі, за якої торговельні організації або підприємства беруть на себе посередницьку функцію продажу товарів або майна та інших цінностей за відповідну плату за дорученням фізичних чи юридичних осіб [7, с. 342]. На думку В. В. Апопія, комісійний продаж товарів – це реалізація населенню особистих речей, які за різних обставин виявилися непотрібними, через мережу спеціально організованих магазинів чи відділів (секціях) в універмагах [1, с.198].

На основі проведеного дослідження різних словників тлумачення поняття “комісійна торгівля” ми подали у табл. 1.

На наш погляд “комісійна торгівля” – це особлива форма діяльності (поєднує в собі, як торговельну, так і посередницьку діяльності) в основі якої лежить договір комісії.

Деякі дослідники в своїх працях ототожнюють поняття комісійної торгівлі із “посередницькою торгівлею” або безпосередньо пов'язують її із посередницькими відносинами. На нашу думку таке поєднання не є доречним, тому що комісійна торгівля виступає однією із складових посередницьких операцій та має свої специфічні риси та відмінності.

Визначення поняття “комісійна торгівля” різними словниками

Джерело	Комісійна торгівля це
Словник іноземних слів [13]	1) галузь торгівлі, що складається переважно в торгових оборотах за рахунок іншої особи, із стягуванням відомого відсотка; 2) торгівля чужим товаром, прийнятим для продажу, з відомою винагородою за комісію.
Фінансовий словник [15]	форма продажу спеціалізованими господарськими організаціями (комісіонерами) товарів, переданих їм для реалізації третім особам комітентами за договорами комісії.
Великий енциклопедичний словник [3]	форма торгівлі, в основі якої лежить договір комісії, що укладається між торговими підприємствами і окремими громадянами або підприємствами (організаціями). Об'єктами комісійної торгівлі є продукти харчування та продукція виробничо-технічного призначення. За продаж товарів підприємства комісійної торгівлі стягують комісійний збір.
Великий юридичний словник [4]	продаж речей, вироблених комісіонером від свого імені за дорученням комітента та за його рахунок.
Фінансово-економічний словник [8]	торгівля товарами, взятими на комісію.

На основі проведеного дослідження ми виділили такі особливості комісійної торгівлі:

- здійснюється на основі договору комісії;
- є безпосередньо однією із посередницьких видів діяльності;
- витрати пов'язані із здійсненням такої діяльності є однаковими та називаються витратами обігу;
- продавати можна лише непродовольчі товари;
- комісіонер не має права власності на прийняті товари; воно залишається за комітентом;
- дохід визначається залежно від умов договору, але в основному визнається після перерахування комісійної плати за надані послуги;
- основний показник, який характеризує діяльність – товарооборот;
- за наявності широкого асортименту продукції можливе розширення у вигляді торговельних мереж;
- регулюється загальними законами, які пов'язані із даним видом діяльності та рядом інструкцій, які регулюють безпосередньо комісійну торгівлю.

На основі наведених вище даних можна зробити висновок, що саме комісійна торгівля має всі ознаки, які притаманні торговельній діяльності, проте має і ряд інших особливостей, які відповідають саме цій формі торгівлі.

Класифікація комісійної торгівлі:

1. Залежно від форми здійснення:

- зовнішня – являє собою комісійну торгівлю однієї країни з іншими, яка складається з вивезення (експорту) та ввезення (імпорту) товарів та надання послуг;
- внутрішня – є сукупністю комісійних операцій, які здійснюються у межах однієї держави.

2. Залежно від умов проведення:

- комісія на купівлю – комісіонер купляє товари за кошти та за дорученням покупця;
- комісія на продаж – комісіонер реалізує товари, що належать комітенту.

Завдяки такій класифікації підприємство зможе визначити ті пріоритетні напрямки в рамках яких

воно буде проводити свою діяльність. Такий поділ безпосередньо впливатиме на організацію та відображення операцій з товарами в обліку, тому що при такому підході зачіпаються різні методи здійснення комісійної діяльності.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.

Отже, “комісійна торгівля” – це особлива форма діяльності (поєднує в собі, як торговельну, так і посередницьку діяльність) в основі якої лежить договір комісії. Комісійна торгівля має всі ознаки, які притаманні торговельній діяльності, проте має і ряд інших особливостей, які відповідають саме цій формі торгівлі. Комісійну торгівлю можна класифікувати залежно від форми здійснення та залежно від умов проведення, такий поділ безпосередньо впливатиме на організацію та відображення операцій з товарами в обліку.

ЛІТЕРАТУРА

1. Апопій В. В. Комерційна діяльність / В. В. Апопій. – К. : Знання, 2008. – 558 с.
2. Атамас П. Й. Бухгалтерський облік у галузях економіки : навч. посіб. / П. Й. Атамас. – [2-ге вид.]. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 392 с.
3. Большой энциклопедический словарь. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.vedu.ru/>
4. Большой юридический словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://petroleks.ru/dictionaries/dict_big_law11.php.
5. Бухгалтерський облік в торгівлі та ресторанному господарстві [текст] : навч. посіб. / Г. В. Блакита, І. О. Гладій, О. М. Дзюба, О. Т. Бровко – К. : Центр учбової літератури, 2014. – 288 с.
6. Дроздова О. Г. Комісійна торгівля – специфічна форма торговельної діяльності / О. Г. Дроздова // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2014. – Вип. 2 (53). – С. 56-60.

7. Економічний енциклопедичний словник [Текст] : у 2 т. / С. В. Мочерний, Я. С. Ларіна, О. А. Устенко, С. І. Юрій ; [ред. С. В. Мочерний]. – Львів : Світ, 2011 – 611 с.

8. Загородній А. Г. Фінансово-економічний словник // А. Г. Загородній [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://cyclop.com.ua/content/view/1668/1/1/11/#4271>.

9. Кредити в Європе XVII-XIX століть [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://o-kreditah1.ru/publikacii-o-kreditah/98-kredity-v-evrope-xviii-xix-vekov.html>.

10. Липчук В. В. Маркетинг : навч. пос. / В. В. Липчук, Р. П. Дудяк, С. Я. Бугіль, Я. С. Янишин. – Львів : “Магнолія 2006”, 2012. – 456 с.

11. Осадчий Ю. І. Проблемні питання організації та методики бухгалтерського обліку, документального оформлення й оцінки товарів, прийнятих на комісію [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Menedzhment/2008_10/osadch1.htm.

12. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17/print1329920371454271>.

13. Словарь иностранных слов [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.inslov.ru/>.

14. Твердюкова Е. Д. Комиссионная торговля в Советской России – СССР (1917–1991) / Е. Д. Твердюкова // Вестник СПбГУ. Сер. 2. – 2013. – Вып. 4. – С. 80-89.

15. Финансовый словарь [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.klerk.ru/>

16. Коваль Л. І. Розробка та реалізація стратегії торговельного підприємства : організаційний аспект / Л. І. Коваль, О. О. Герасименко // Торговля, комерція, підприємництво : збірник наук. праць. – Львів : ЛКА, 2015. – Вип. 18. – С. 57-61.

17. Куцик П. О. Управління економічною ефективністю торговельного підприємства / П. О. Куцик, Г. Ф. Герега // Торговля, комерція, підприємництво : збірник наук. праць. – Львів : ЛКА, 2014. – Вип. 17. – С. 6-11.

18. Міценко Н. Г. Особливості формування ресурсного потенціалу торговельних підприємств споживчої кооперації / Н. Г. Міценко, А. Р. Шарова // Торговля, комерція, підприємництво : збірник наук. праць. – Львів : ЛКА, 2014. – Вип. 17. – С. 51-53.

REFERENCES

1. Аропій, В. В. (2008), *Комерсійна діяльність*, Знання, Київ.

2. Atamas, P. J. (2010), *Bukhhalters'kyj oblik u haluziakh ekonomiky*, 2nd ed, Tsentr uchbovoi literatury, Kyiv.

3. Bol'shoj jenciklopedicheskij slovar', available at: <http://www.vedu.ru/>

4. Bol'shoj juridicheskij slovar', available at: http://petroleks.ru/dictionaries/dict_big_law11.php

5. Blakyt, H. V. Hladij, I. O. Dziuba, O. M. and Brovko, O.T. (2014), *Bukhhalters'kyj oblik v torhivli ta restorannomu hospodarstvi*, Tsentr uchbovoi literatury, Kyiv.

6. Drozdova, O. H. (2014), *Komisijna torhivlia – spetsyfichna forma torhovel'noi diial'nosti*, *Visnyk sotsial'no-ekonomichnykh doslidzen'*, no. 2 (53), pp. 56–60.

7. Mochernyj, S.V. Larina, Ya.S. Ustenko, O.A., and Yuriy, S.I. (2011), *Ekonomichnyj entsyklopedychnyj slovnyk*, Svit, Lviv.

8. Zahorodnij, A. H. Finansovo-ekonomichnyj slovnyk, available at: <http://cyclop.com.ua/content/view/1668/1/1/11/#4271>

9. Kredity v Evrope XVII-XIX vekov, available at: <http://o-kreditah1.ru/publikacii-o-kreditah/98-kredity-v-evrope-xviii-xix-vekov.html>

10. Lypchuk, V. V. Dudiak, R. P. Buhil', S. Ya. and Yanyshyn, Ya.S (2012), *Marketynh*, “Mahnoliia 2006”, Lviv.

11. Osadchij, Yu. I., *Problemni pytannia orhanizatsii ta metodyky bukhhalters'koho obliku, dokumental'noho oformlennia j otsinky tovariv, pryjniatykh na komisiiu*, available at: http://www.nbu.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Menedzhment/2008_10/osadch1.htm

12. Podatkovyj kodeks Ukrainy vid 02.12.2010 r. № 2755-VI, available at: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17/print1329920371454271>

13. Slovar' inostrannykh slov, available at: <http://www.inslov.ru/>

14. Tverdiukova, E. D. (2013), *Komissionnaja trgovlja v Sovetskoj Rossii – SSSR (1917–1991)*, *Vestnyk SPbHU*, no. 4, pp. 80–89.

15. Finansovij slovar', available at: <http://www.klerk.ru/>

16. Koval', L. I. and Herasymenko, O. O. (2015), *Rozrobka ta realizatsiia stratehii torhovel'noho pidpriemstva : orhanizatsijnyj aspekt*, *Torhivlia, komertsii, pidpriemnytstvo : zbirnyk nauk. prats'*, no. 18, pp. 57-61.

17. Kutsyk, P. O. and Hereha, H. F. (2014), *Upravlinnia ekonomichnoiu efektyvnistiu torhovel'noho pidpriemstva*, *Torhivlia, komertsii, pidpriemnytstvo : zbirnyk nauk. prats'*, no. 17, pp. 6-11.

18. Mitsenko, N. H. and Sharova, A. R. (2014), *Osoblyvosti formuvannia resursnoho potentsialu torhovel'nykh pidpriemstv spozhyvchoi kooperatsii*, *Torhivlia, komertsii, pidpriemnytstvo : zbirnyk nauk. prats'*, no. 17, pp. 51-53.