

УДК 338.12:339.3(477)

DOI: 10.31891/2307-5740-2021-298-5(1)-18

КЛЕПАНЧУК О. Ю.

ORCID: 0000-0001-7764-614X

e-mail: o.klepanchuk@gmail.com

Львівський національний університет імені Івана Франка

ІЛЬЧИШИН С. М.

e-mail: stepan936@gmail.com

ДАЛИК В. П.

e-mail: dalyk936@gmail.com

Національний університет «Львівська політехніка»

СТРУКТУРНО-ДИНАМІЧНИЙ АНАЛІЗ ВНУТРІШНЬОГО СПОЖИВЧОГО РИНКУ У КОНТЕКСТІ МАКРОЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Статтю присвячено багатofакторному структурно-динамічному аналізу розвитку споживчого ринку України як системи, сегментованої на ринки продовольчих та непродовольчих товарів і споживчих послуг, які тісно взаємодіють для задоволення потреб громадян в споживанні. Виявлено стабільне зростання аналізованих сегментів, попри незначне зниження обсягу реалізації послуг у 2020 р. через запроваджені Урядом карантинні обмеження для окремих видів господарської діяльності. Проаналізовано зміни товарної структури споживчого ринку. З'ясовано, що найбільша частка витрат домогосподарств концентрувалась на ринку продовольчих товарів, де спостерігалось випереджальне у порівнянні з платоспроможним попитом зростання споживчих цін. Виявлено, що середньомісячні сукупні витрати домогосподарств на споживчому ринку скоротились, передусім на непродовольчі товари і послуги. Факторний аналіз засвідчив суттєвий спільний вплив зростання ринків продовольчих і непродовольчих товарів та послуг на позитивну динаміку ВВП, що дозволяє переосмислити роль внутрішнього споживчого ринку в якості концепту цілісної системи соціально-економічних відносин, що доповнює усталену локацію взаємодії виробників та споживачів інституційною складовою. Подальші дослідження рекомендовано спрямувати у напрямку надзвичайно важливого аспекту цілепокладання інституційного регулювання розвитку внутрішнього споживчого ринку, а саме задоволення потреб споживачів, які виступають кінцевою ланкою ринкових відносин.

Ключові слова: ринок продовольчих товарів, ринок непродовольчих товарів, ринок послуг, домогосподарства, товарна структура, факторний аналіз.

OLHA KLEPANCHUK

Ivan Franko National University of Lviv

STEPAN ILCHYSHYN,

VOLODYMYR DALYK

Lviv Polytechnic National University

STRUCTURAL-DYNAMIC ANALYSIS OF THE DOMESTIC CONSUMER MARKET IN THE CONTEXT OF MACROECONOMIC DEVELOPMENT OF UKRAINE

The article is devoted to the multifactor structural-dynamic analysis of the development of the consumer market of Ukraine as a system segmented into the markets of food and non-food goods and consumer services, and to determine the factor impact of its segments on macroeconomic dynamics. The stable growth of the analyzed segments was revealed, despite a slight decrease in the volume of sales of services in 2020 due to the quarantine restrictions imposed by the Government for certain types of economic activity. Changes in the commodity structure of the consumer market are analyzed. The average growth rate of food sales was 113.5 %, non-food – 111.2 %, services – 102.5 %, which is fully correlated with the average growth of nominal GDP by 118.1%. It was found that the largest share of household expenditures was concentrated in the food market, where there was a faster growth in consumer prices compared to effective demand. It was found that the average monthly total expenditures of households in the consumer market decreased, primarily on non-food goods and services. In the domestic market of consumer services, there was a tendency to widen the gap between market supply and effective demand and redistribute the structure of consumer demand. To obtain an objective description of the impact of the domestic consumer market on the general parameters of the economic system of Ukraine, the factor influence of sales in consumer markets of food and non-food goods and services on GDP dynamics is analyzed. The significance of the parameters of the regression equation was checked by Fisher's F-test. It was found that despite the significant aggregate influence of external factors, the obtained regression equation with a high degree of reliability indicates that the state of the consumer market of food products has little effect on nominal GDP, while the growth of non-food and services markets is guaranteed to increase GDP. This allows us to rethink the role of the domestic consumer market as a concept of a holistic system of socio-economic relations, which complements the established location of the interaction of producers and consumers with the institutional component. Further research is recommended to be directed in the direction of an extremely important aspect of goal-setting of institutional regulation of domestic consumer market development, namely meeting the needs of consumers, who are the final link in market relations.

Keywords: food market, non-food market, services market, households, commodity structure, factor analysis.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями

Особливим об'єктом державного регулювання в Україні традиційно є споживчий ринок, оскільки він уособлює територіальну організацію сфери обігу, а його головним завданням є забезпечення населення товарами в результаті розвитку товарно-грошових відносин. Розвиток споживчого ринку забезпечує

безперерйне функціонування ланцюжка споживання за схемою: формування потреби населення в певному товарі → виробництво цього товару → грошові доходи населення → реалізація товару → задоволення потреб споживача. Споживчий ринок традиційно розглядають в якості інструменту забезпечення соціально-економічної стабільності в суспільстві. Отож, актуалізується необхідність багатфакторного аналізу особливостей розвитку споживчого ринку як відкритої системи, впливу його сегментів продовольчих і непродовольчих товарів та послуг на макроекономічну ситуацію в Україні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Розвиток споживчого ринку є предметом наукових інтересів багатьох сучасних економістів. Зокрема, дослідження Н. Попадинця висвітлюють методологічні принципи його розвитку [1], Ю. Уманціва та М. Катрана – тенденції його розвитку [2]. Н. Федоронько та Н. Ковальчук вказували на прогалини у нормативному супроводі функціонування споживчого ринку [3]. В. Громов рекомендував інституційно регулювати споживчий попит через соціальну політику [4], К. Колеснікова та Т. Руденко вказували на можливість напрацювання інструментів економічного та адміністративного стимулювання ринкової активності [5]. М. Чорна та співавтори запропонували підхід до оцінювання можливостей трансформації ринку [6], Т. Данилюк стверджує про необхідність залучення інвестицій у його розвиток [7], К. Пугачевська надає пропозиції щодо ринкового вирішення завдань соціально-економічного та суспільно-політичного спрямування [8].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

Попри широке висвітлення науковцями проблематики розвитку споживчого ринку, дослідження здебільшого мають вузькоспеціалізовану спрямованість, що спонукає до проведення системного аналізу його сегментарного впливу на макроекономічну динаміку.

Формулювання цілей статті

Метою статті є структурно-динамічний аналіз внутрішнього споживчого ринку України та визначення факторного впливу його сегментів на макроекономічну динаміку.

Виклад основного матеріалу

Структура внутрішнього споживчого ринку сегментована на ринки продовольчих та непродовольчих товарів і споживчих послуг, які тісно взаємодіють для найповнішого задоволення потреб громадян в споживанні. Упродовж 2014–2020 рр. внутрішній споживчий ринок України стабільно зростав у всіх сегментах (табл. 1). Середній темп зростання обсягів реалізації продовольчих товарів склав 113,5 %, непродовольчих – 111,2 %, послуг – 102,5 % (у 2020 р. зниження обсягу реалізації послуг зумовлене карантинними обмеженнями окремих видів діяльності, запровадженими Урядом внаслідок пандемії COVID-19), що цілком співвідноситься із середнім зростанням номінального ВВП на 118,1 %.

Таблиця 1

Структурно-динамічний аналіз розвитку споживчого ринку України у 2014–2020 рр. (млн грн)

Показник	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2020/2014, %
Ринок продовольчих товарів	181056	200236	227902	233204	289696	336588	384092	212,1
Ланцюгові темпи змін, %		10,6	13,8	2,3	24,2	16,2	14,1	
Ринок непродовольчих товарів	257287	287322	328073	353126	378674	456891	484192	188,2
Ланцюгові темпи змін, %		11,7	14,2	7,6	7,2	20,7	6,0	
Ринок споживчих послуг	133354	117577	135799	130572	172066	196176	135610	101,7
Ланцюгові темпи змін, %		-11,8	15,5	-3,8	31,8	14,0	-30,9	
ВВП номінальний	1566728	1979458	2383182	2982920	3558706	3974564	4194102	267,7
Ланцюгові темпи змін, %		26,3	20,4	25,2	19,3	11,7	5,5	

Джерело: розраховано автором за даними [9, 10]

Значних змін зазнала товарна структура споживчих ринків продовольчих і непродовольчих товарів. Найбільші витрати домогосподарств припадали на продовольчу групу, однак через випереджальне зростання споживчих цін динаміка продажів продукції (див. табл. 2) стабільно відставала від зростання товарообороту. Так, за період 2014–2020 рр. спостерігалось значне зростання обсягів товарообороту молока і молочних продуктів (у понад 5 разів), хлібобулочних, кондитерських та макаронних виробів, плодово-овочевої продукції (близько 300 %). Водночас за цей період ціни на молоко і молочні продукти зросли на 42,8 %, на борошно, хлібобулочні та макаронні вироби – на 42,6–42,9 %, на м'ясо свиней – на 49,3 %, птиці (тушки курячої) – на 32,9 %, на олію соняшникову – на 27,6 %, на яйця – на 24,8 %, на рибу морожену – на 23,8 %, на цукор – на 22,3 % [9].

На ринку непродовольчих товарів у 2014–2020 рр. товарооборот стабільно зростав за більшістю товарних груп (див. табл. 3). Позитивна динаміка спостерігалась на локальних споживчих ринках оптики окулярної (у понад 5 разів), товарів для дітей (у 3,4 рази), меблів (у 3,2 рази) і товарів парфумерно-косметичної групи, що можна пояснити виходом товаровиробників і продавців цієї продукції «з тіні».

Таблиця 2

Структурна динаміка середньомісячного споживання продуктів харчування українськими домогосподарствами у 2014–2020 рр. (% до попереднього року)

Товарні групи споживчого ринку	2015	2016	2017	2018	2019	2020
М'ясо і м'ясопродукти	104,8	102,3	106,7	102,1	116,3	89,5
Молоко і молочні продукти	99,5	100,0	97,5	99,0	110,5	87,6
Яйця, шт.	101,0	101,0	100,0	100,0	110,0	90,9
Риба і рибобпродукти	109,1	100,0	108,3	107,7	121,4	82,4
Цукор	100,0	96,4	100,0	100,0	107,4	86,2
Олія та інші рослинні жири	100,0	100,0	100,0	100,0	113,3	82,4
Картопля	97,0	100,0	93,8	96,7	110,3	85,9
Овочі і баштанні	94,8	106,5	68,4	100,0	113,4	85,5
Фрукти, ягоди, горіхи, виноград	106,7	100,0	118,8	102,6	112,8	88,6
Хліб і хлібні продукти	101,2	98,8	103,7	98,8	113,1	86,3

Джерело: розраховано автором за даними [9]

Таблиця 3

Структурна динаміка обсягів реалізації непродовольчих товарів у 2014–2020 рр. (% до попереднього року)

Товарні групи споживчого ринку	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Одяг	118,8	119,2	115,6	119,9	121,4	98,1
Взуття	113,0	101,9	103,5	106,4	130,0	102,1
Парфумерія	130,9	125,2	115,5	114,7	128,3	102,1
Поліграфічна продукція	99,9	107,3	56,8	116,4	102,5	103,5
Канцелярські товари	133,4	109,4	98,2	121,4	102,6	122,4
Комп'ютери, програмне забезпечення	93,6	125,8	105,1	106,2	157,2	131,5
Телекомунікаційне устаткування	94,2	133,8	123,9	91,8	117,0	103,2
Іграшки	134,0	122,9	125,6	124,7	126,0	103,7
Мотоцикли	150,9	80,8	111,5	104,2	174,0	133,5
Автомобілі та автотовари	101,7	147,9	106,7	101,9	125,6	106,9
Спортивний, туристичний інвентар	108,5	110,9	111,3	141,5	121,4	130,4
Меблі	104,9	117,8	132,0	127,2	135,8	114,9
Побутові електротовари	107,4	110,3	138,7	109,8	119,0	111,8
Матеріали будівельні	113,1	104,4	131,5	119,1	108,7	106,0
Агрохімічна продукція	97,2	92,4	78,0	134,5	146,7	114,2
Садово-городнє устаткування	107,6	119,0	117,2	122,6	115,2	123,1
Медичні товари	129,0	121,0	114,2	118,9	121,2	109,0
Бензин моторний	100,6	95,5	79,6	75,3	108,0	94,1
Дизельне паливо	104,4	85,3	93,9	81,1	118,6	92,3
Газ стиснений та скраплений	137,6	115,7	112,9	91,6	122,7	107,9
Матеріали мастильні	127,0	104,5	68,2	92,5	134,6	159,7
Інші непродовольчі товари	125,6	129,3	141,9	120,2	120,0	106,7

Джерело: розраховано автором за даними [9]

Значно зросли обсяги реалізації комп'ютерів і програмного забезпечення (у 2,7 рази), садово-городнього устаткування (у 2,6 рази), побутових електротоварів (у 2,4 рази). На ринку паливно-мастильних матеріалів спостерігалась тенденція зростання товарообороту газу стисненого та скрапленого (у 2,2 рази) з одночасним скороченням споживчого попиту на дизельне паливо (на 25,8 %) та бензин моторний (на 41,5 %). Водночас слід зазначити, що насичення внутрішнього споживчого ринку непродовольчих товарів у значній мірі досягається за рахунок імпорту (60–70 %). В структурі імпортованих товарних пропозицій машини і механізми займають 15,1 %, електротехнічне обладнання – 21,4 %, агрохімічна продукція – 33,6 % [9]. Причинами такого становища на ринку непродовольчих товарів є, насамперед, низька конкурентоспроможність вітчизняних товарів, нехтування міжнародними стандартами якості та, до певної міри, інституційні перешкоди розвитку споживчого ринку.

На внутрішньому ринку споживчих послуг у 2014–2020 рр. спостерігались тенденції поглиблення розриву між ринковими пропозиціями та платоспроможним попитом та перерозподілу структури споживчого попиту (табл. 4).

У 2014–2020 рр. найвагоміша частка в структурі загального обсягу реалізованих послуг припадала на категорію «Транспорт, складське господарство, пошта та кур'єрська діяльність» (в середньому 31,6 %), попри тенденцію скорочення відповідних витрат домогосподарств. Скорочення на 63,6 % відбулось на ринку тимчасового розміщення й організації харчування, який займає 14,1 % у загальній структурі ринку послуг. Значне падіння обсягів реалізації цих послуг відбулось у 2020 р., що пов'язано з тимчасовою заборонаю та подальшими обмеженнями діяльності закладів ресторанного господарства, торговельно-розважальних центрів, фітнес-центрів, закладів торговельного і побутового обслуговування населення. Локдаун негативно позначився і на інфраструктурному супроводі розвитку споживчого ринку, оскільки під повну або часткову заборону потрапили перевезення пасажирів.

Таблиця 4

Структурна динаміка обсягів реалізації послуг у 2014–2020 рр. (% до попереднього року)

Категорія споживчих послуг	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	107,0	93,1	92,3	85,6	102,1	51,2
Тимчасове розміщення й організація харчування	91,1	90,3	89,2	81,0	119,3	51,4
Інформація та телекомунікації	141,3	107,8	119,7	114,8	119,2	107,4
Операції з нерухомим майном	57,5	78,9	118,0	122,5	92,9	136,1
Професійна, наукова та технічна діяльність	47,1	116,9	114,4	86,9	115,1	108,4
Адміністративне й допоміжне обслуговування	116,4	124,1	119,4	112,1	127,2	100,2
Освіта	87,0	143,8	110,0	109,4	109,8	104,2
Охорона здоров'я та соціальна допомога	93,0	126,7	110,2	115,6	127,7	158,2
Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	94,8	103,3	89,1	108,8	122,1	60,2
Інші види послуг	81,3	101,3	101,2	100,7	105,4	94,8

Джерело: розраховано автором за даними [9]

Водночас у 2014–2020 рр. ринок інформаційних та телекомунікаційних послуг (частка у загальній структурі 22,7 %) зріс у понад 2,7 рази. Про усвідомлення споживачами важливості отримання нових знань та навичок свідчить зростання на 72,2 % ринку платних освітніх послуг (частка у структурі послуг 9%). Найбільші темпи зростання (понад 3 рази) демонструє ринок послуг в галузі охорони здоров'я та соціальних послуг, частка якого у структурі ринку споживчих послуг становить в середньому 9,2 %. Тут варто зазначити, що основний прорив у реалізації даного виду послуг відбувся саме у 2020 р. (зростання на 58,2 % за рік).

Для отримання об'єктивної характеристики впливу розвитку внутрішнього споживчого ринку на загальні параметри економічної системи України ми проаналізували факторний вплив обсягів реалізації на споживчих ринках продовольчих (x_1) і непродовольчих (x_2) товарів та послуг (x_3) на динаміку ВВП (Y) у 2014–2020 рр.

$$Y = f(\beta, X) + \varepsilon, \quad (1)$$

де $X = (x_1, x_2, x_3)$ – вектор незалежних змінних;

β – вектор параметрів впливу;

ε – абсолютна помилка апроксимації.

Отриманий вектор оцінки факторного впливу має вигляд

$$Y_1(X) = (X^T X)^{-1} X^T Y_1 = \begin{pmatrix} 0,389 \\ -0,123 \\ 11,212 \\ 3,778 \end{pmatrix} \quad (2)$$

Аналіз парних коефіцієнтів кореляції (4.3) здійснено для з'ясування взаємозв'язків між обраними параметрами впливу розвитку споживчого ринку на динаміку ВВП України (табл. 5).

$$r_{xy} = \frac{\overline{X \cdot Y} - \bar{X} \cdot \bar{Y}}{s(X) \cdot s(Y)}, \quad (3)$$

де $s = (X^T X)^{-1} X^T Y$ – вектор оцінок коефіцієнтів регресії

Таблиця 5

Значення парних коефіцієнтів кореляції

Пари коефіцієнтів	$\sum x_i$	r_{xy}	$\sum y_i$	r_{xy}	$\sum x_i \cdot y_i$	r_{xy}
y та x_1	1852774	264682	20639660	2948522,9	5898439543092	842634220441,7
y та x_2	2545565	363652,1	20639660	2948522,9	8001327446570	1143046778081,4
y та x_3	1021154	145879,1	20639660	2948522,9	3115596287716	445085183959,4
x_1 та x_2	2545565	363652,1	1852774	264682	710693096290	101527585184,3
x_1 та x_3	1021154	145879,1	1852774	264682	277050501926	39578643132,3
x_2 та x_3	1021154	145879,1	2545565	363652,1	379202309211	54171758458,7

Джерело: власні розрахунки автора

Отриманий аналіз дає підстави стверджувати про наявність сильного лінійного взаємозв'язку у парах $(y$ та $x_1)$, $(y$ та $x_2)$, $(x_1$ та $x_2)$ та помірного лінійного взаємозв'язку у парах $(y$ та $x_3)$, $(x_1$ та $x_3)$, $(x_2$ та $x_3)$.

Перевірку на мультиколінеарність здійснювали для виключення параметрів з найменш щільними зв'язками з результативним вектором динаміки ВВП України у 2014–2020 рр. Узагальнена матриця парних коефіцієнтів кореляції представлена на рис. 1. Відповідно до шкали Чеддока, яка використовується для оцінювання тісноти зв'язків між факторами, якісна інтерпретація отриманих значень коефіцієнтів кореляції передбачає такі градації: $|r| \leq 0,3$ – зв'язок практично відсутній; $0,3 \leq |r| \leq 0,7$ – зв'язок середній; $0,7 \leq |r| \leq 0,9$ – зв'язок сильний; $|r| > 0,9$ – зв'язок надзвичайно сильний [11]. Як бачимо, матриця не містить пар факторних ознак, для яких $|r| < 0,5$, тобто жодна з ознак не потребує виключення з моделі.

	y	x_1	x_2	x_3
y	1	0,9591	0,976	0,6217
x_1	0,9591	1	0,9842	0,5441
x_2	0,976	0,9842	1	0,5646
x_3	0,6217	0,5441	0,5646	1

Рис. 1. Матриця парних коефіцієнтів кореляції факторів впливу обсягів реалізації на ринках продовольчих і непродовольчих товарів та послуг на динаміку ВВП України у 2014–2020 рр.
Джерело: власні розрахунки автора

Для більш докладного аналізу отриманого рівняння регресії використано часткові коефіцієнти еластичності (4), які дозволяють міру зміни номінального ВВП від збільшення кожного досліджуваного параметра внутрішнього споживчого ринку на 1 % відносно середнього рівня за умови незмінного статусу інших факторів (табл. 6).

$$E_i = b_i \frac{\overline{X_i}}{\overline{Y}}, \quad (4)$$

де $b_i = \beta \frac{s(Y)}{s(X_i)}$ – значення коефіцієнтів регресії

Таблиця 6

Вплив зміни обсягів реалізації на споживчих ринках продовольчих і непродовольчих товарів та послуг на динаміку ВВП

Часткові коефіцієнти еластичності	Зміна номінального ВВП, %	$ E $	Якісна інтерпретація коефіцієнту еластичності
E_1	-0,011	$ E_1 < 1$	Вплив незначний
E_2	1,383	$ E_2 > 1$	Вплив значний
E_3	0,187	$ E_3 < 1$	Вплив незначний

Джерело: власні розрахунки автора

Індекс множинної кореляції R (5) та оцінку середньої помилки апроксимації A (6) використовували для оцінювання щільності спільного впливу обраних параметрів розвитку внутрішнього споживчого ринку на ВВП України.

$$R = \sqrt{\frac{s_e^2}{\sum (y_i - \bar{y})^2}}, \quad (5)$$

$$A = \frac{\sum |\varepsilon : Y|}{n} \cdot 100\%. \quad (6)$$

Отримане значення індексу множинної кореляції $R = 0,9798$ дозволяє стверджувати про суттєвий спільний вплив зростання ринків продовольчих і непродовольчих товарів та послуг на позитивну динаміку ВВП. Значення помилки апроксимації $A = 5,56$ % свідчить про високий рівень надійності проведених розрахунків.

F -критерій Фішера (7) використано для перевірки значущості параметрів рівняння регресії.

$$F = \frac{R^2}{1 - R^2} \cdot \frac{k_2}{k_1} \quad (7)$$

де k_1 і k_2 – степені вільності.

Розрахункове значення F -критерію Фішера при степенях вільності $k_1 = k_2 = 3$ становить $F = \frac{0,9599}{1 - 0,9599} = 23,965$. Табличне значення $F_{kp}(3; 3) = 9,28$. Оскільки $F > F_{kp}$, отримане рівняння регресії є

статистично надійним, а в досліджуваній ситуації 95,99 % загальну варіабельність номінального ВВП можна пояснити зміною обраних факторів розвитку внутрішнього споживчого ринку.

Отже, попри досить вагомий агрегований вплив зовнішніх чинників, отримане рівняння регресії $y = -0,1x_1 + 11,2x_2 + 3,8x_3 + 0,4$ ($R^2 = 0,96$) свідчить, що стан споживчого ринку продовольчих товарів практично не впливає на динаміку номінального ВВП, тоді як зростання ринків непродовольчих товарів та послуг гарантовано призводить до збільшення ВВП.

Такий результат дає підстави значно розширити визнання ролі внутрішнього споживчого ринку і перейти від концепту локального явища до концепту цілісної системи соціально-економічних відносин, що включають як взаємозв'язки та взаємодію між виробниками і споживачами, так і взаємозв'язки в локаціях «інституції – споживачі» та «інституції – продавці». Відповідно, це дозволяє формалізувати роль інституційного регулювання щодо окреслення правил і обмежень, удосконалення фіскальної політики, активізації інвестиційних процесів, розбудови ринкової інфраструктури для стабільного розвитку та ефективного функціонування споживчого ринку як елемента загальнодержавної соціально-економічної системи.

Висновки з дослідження і перспективи подальших розвідок у цьому напрямі

Проведене дослідження засвідчило, що внутрішній споживчий ринок товарів упродовж 2014–2020 рр. стабільно зростає, при цьому його товарна структура змінювалась. Найбільші витрати домогосподарств припадали на продовольчу групу товарів, де спостерігалось стрімке зростання споживчих цін. Водночас середньомісячні сукупні витрати домогосподарств на споживчому ринку скоротились, частка витрат на непродовольчі товари і послуги знизилась, що свідчить про соціально-економічну невпевненість споживачів. Факторний аналіз засвідчив суттєвий спільний вплив зростання ринків продовольчих і непродовольчих товарів та послуг на позитивну динаміку ВВП, що дозволяє переосмислити роль внутрішнього споживчого ринку в якості концепту цілісної системи соціально-економічних відносин, що доповнює усталену локацію взаємодії виробників та споживачів інституційною складовою.

Подальші дослідження доцільно спрямувати у напрямі надзвичайно важливого аспекту цілепокладання інституційного регулювання розвитку внутрішнього споживчого ринку, а саме задоволення потреб споживачів, які виступають кінцевою ланкою ринкових відносин. Системний аналіз реального стану і перспективних можливостей розвитку споживчого ринку має стати підґрунтям для розробки адекватного інституційного інструментарію його концептуальних перетворень.

Література

1. Попадинець Н. М. Регіональний ринок споживчих товарів: сутність і засадничі положення функціонування. Регіональна економіка. 2017. № 1. С. 17–22.
2. Уманців Ю. М., Катран М. В. Розвиток внутрішнього ринку споживчих товарів України. Бізнес Інформ. 2017. № 8 (475). С. 271–275.
3. Федоронько Н. І., Ковальчук Н. О. Особливості сучасного становища ринку послуг України. Молодий вчений. 2017. № 3 (43). С. 871–874.
4. Громов В. Б. Механізм формування споживчого попиту в економіці України. Формування ринкових відносин в Україні. 2018. № 7-8. С. 57–67.
5. Колеснікова К. С., Руденко Т. С. Перспективи розвитку інфраструктури ринку споживчих товарів. Розвиток торгівлі та підприємництва в Україні: тенденції та перспективи : збірник наук. праць за матеріал. міжнар. наук.-практ. конф. (Одеса, 25-26 травня 2017 р.). Одеса : ОТЕІ КНТЕУ, 2017. 124 с. С. 47–49.
6. Чорна М. В., Бугріменко Р. М., Остін З. Особливості формування нового ринкового простору на вітчизняному споживчому ринку. Бізнес Інформ. 2019. № 1 (492). С. 241–248.
7. Данилюк Т. Сучасний стан та перспективи розвитку ринку послуг України. Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. 2015. № 3. С. 19–23.
8. Пугачевська К. Й. Сфера послуг в Україні: особливості розвитку та стратегічні перспективи. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2016. № 18. С. 52–55.
9. Державна служба статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 20.09.2021)
10. Міністерство фінансів України. Валовий внутрішній продукт (ВВП) в Україні. URL : <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/gdp/>. (дата звернення 20.09.2021)
11. Петрашук М. М. Використання методів кореляційно-регресійного аналізу для моделювання рівня фінансового забезпечення інноваційної діяльності в Україні. Ефективна економіка. 2013. № 16. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2139>. (дата звернення 20.09.2021)

References

1. Popadynets, N. M. (2017). Rehionalnyi rynek spozhyvchykh tovariv: sutnist i zasadnychi polozhennia funktsionuvannia [Regional consumer goods market: essence and basic provisions of functioning]. Rehionalna ekonomika, 1, 17-22.

2. Umantsiv, Yu. M., & Katran, M. V. (2017). Rozvytok vnutrishnoho rynku spozhyvchykh tovariv Ukrainy [Development of the domestic market of consumer goods of Ukraine]. *Biznes Inform*, 8 (475), 271-275.
3. Fedoronko, N. I., & Kovalchuk, N. O. (2017). Osoblyvosti suchasnoho stanovyshcha rynku posluh Ukrainy [Features of the current situation in the services market of Ukraine]. *Molodyi vchenyi*, 3 (43), 871-874.
4. Hromov, V. B. (2018). Mekhanizm formuvannia spozhyvchoho popytu v ekonomitsi Ukrainy [Mechanism of consumer demand formation in the economy of Ukraine]. *Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini*, 7-8, 57-67. doi: 10.5281/zenodo.1445397.
5. Kolesnikova, K. S., & Rudenko, T. S. (2017). Perspektyvy rozvytku infrastruktury rynku spozhyvchykh tovariv [Prospects for the development of consumer goods market infrastructure]. *Rozvytok torhivli ta pidpriemnytstva v Ukraini: tendentsii ta perspektyvy* [Development of trade and entrepreneurship in Ukraine]: *Zbirnyk nauk. prats za material. mizhnar. nauk.-prakt. konf. (Odesa, 25-26 May 2017)*. Odesa : OTEL KNTEU, 47-49.
6. Chorna, M. V., Buhrimenko, R. M., & Ostin, Z. (2019). Osoblyvosti formuvannia novoho rynkovoho prostoru na vitchyznianomu spozhyvchomu rynku [Features of the formation of a new market space in the domestic consumer market]. *Biznes Inform*, 1 (492), 241-248.
7. Danyliuk, T. (2015). Suchasnyi stan ta perspektyvy rozvytku rynku posluh Ukrainy [Current state and prospects of development of the market of services of Ukraine]. *Ekonomichnyi chasopys Skhidnoievropeiskoho natsionalnoho universytetu imeni Lesi Ukrainky*, 3, 19-23.
8. Puhachevska, K. Y. (2016). Sfera posluh v Ukraini: osoblyvosti rozvytku ta stratehichni perspektyvy [Services in Ukraine: features of development and strategic perspectives]. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu*, 18, 52-55.
9. State Statistics Service of Ukraine (2021). URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. (accessed 20 September 2021)
10. Ministry of Finance of Ukraine (2021). Valovy vnutrishnii produkt (VVP) v Ukraini [Gross Domestic Product (GDP) in Ukraine]. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/gdp/>. (accessed 20 September 2021)
11. Petrashchuk, M. M. (2013). Vykorystannia metodiv koreliatsiino-rehresiinoho analizu dlia modeliuвання rivnia finansovoho zabezpechennia innovatsiinoi diialnosti v Ukraini [The use of methods of correlation and regression analysis to model the level of financial support of innovation in Ukraine]. *Efektivna ekonomika*, 16. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2139>. (accessed 20 September 2021)

Надійшла / Paper received :20.09.2021

Надрукована/Printed : 04.10.2021