

КЛАСИЧНИЙ ПРИВАТНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



МАРДУС НАТАЛІЯ ЮРІЇВНА

УДК 330.34

**СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО РИНКУ ТОВАРІВ**

08.00.03 – економіка та управління
національним господарством

АВТОРЕФЕРАТ
дисертації на здобуття наукового ступеня
доктора економічних наук

Запоріжжя – 2020

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана в Міжрегіональній Академії управління персоналом, м. Київ.

Науковий консультант – доктор економічних наук, професор
ВЕРХОГЛЯДОВА Наталя Ігорівна,
Дніпропетровський державний
університет внутрішніх справ, м. Дніпро,
декан факультету соціально-психологічної
освіти та управління.

Офіційні опоненти: доктор економічних наук, професор
БАРНА Марта Юрївна,
Львівський торговельно-економічний
університет Центральної спілки споживчих
товариств України, м. Львів,
перший проректор;

доктор економічних наук, професор,
заслужений діяч науки і техніки України
МАРКІНА Ірина Анатоліївна,
Полтавська державна аграрна академія,
м. Полтава,
завідувач кафедри менеджменту;

доктор економічних наук, професор
ХАМІНІЧ Світлана Юрївна,
Дніпровський національний університет
імені Олеся Гончара, м. Дніпро,
професор кафедри маркетингу
та міжнародного менеджменту.

Захист дисертації відбудеться «20» листопада 2020 р. о 10⁰⁰ годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 17.127.01 у Класичному приватному університеті за адресою: 69002, м. Запоріжжя, вул. Жуковського, 70б, ауд. 124.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Класичного приватного університету за адресою: 69002, м. Запоріжжя, вул. Жуковського, 70б, ауд. 114.

Автореферат розісланий «17» жовтня 2020 р.

Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради

О. І. Трохимець

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Обґрунтування вибору теми дослідження. Концептуальні засади економічного розвитку в умовах глобалізаційних процесів потребують зміни ракурсу та встановлюють особливі вимоги до проведення дослідження закономірностей, тенденцій і суперечностей функціонування внутрішнього ринку товарів. Це зумовлено тим, що на цьому ринку переплітаються ключові інтереси виробників та споживачів товарів, населення й держави. За своїм призначенням він виконує багатогранні функції життєзабезпечення населення; є механізмом зворотного стимулювального впливу на весь комплекс галузей економіки, а їх випереджальний розвиток є передумовою прискорення темпів економічного зростання.

У свою чергу, диспропорції та структурні деформації функціонування внутрішнього ринку товарів, невідповідність рівня розвитку внутрішнього ринку товарів світовим стандартам спричиняють макроекономічну нестабільність, зниження конкурентоспроможності національної економіки, сповільнення її економічного розвитку.

Теоретичною базою дослідження стали праці таких видатних представників світової економічної думки, як: Л. Вальрас, С. Джевонс, Дж. Кейнс, Ф. Котлер, К. Маркс, К. Менгер, Ф. Модільяні, Ш. Монтеск'є, Д. Рікардо, П. Самуельсон, А. Сміт, С. Фішер, М. Фрідмен, С. Хансен, Д. Хікс, Д. Юм та ін. Дослідженню особливостей становлення та розвитку внутрішнього ринку товарів у трансформаційній економіці присвячено публікації українських учених, таких як: О. Азарян, В. Базилевич, М. Барна, В. Бодров, З. Варналій, Н. Верхоглядова, О. Гальцова, В. Геєць, Н. Гражевська, В. Дятлова, П. Єщенко, А. Ігнатюк, В. Ільяшенко, І. Крючкова, Г. Купалова, В. Лагутін, Л. Лігоненко, А. Мазаракі, І. Мазур, В. Мандибура, І. Маркіна, Л. Миронова, М. Пивоваров, О. Покатаєва, В. Порохня, О. Пустовойт, М. Радєва, І. Радіонова, В. Радченко, М. Скрипниченко, В. Точилін, О. Трохимець, Г. Филюк, С. Хамініч, А. Чухно та ін.

Незважаючи на значну кількість наукових праць з тематики розвитку внутрішнього ринку товарів, залишаються дискусійними та такими, що потребують подальшого вивчення, питання формування методологічного базису побудови системи забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів і визначення стратегічних орієнтирів забезпечення його розвитку.

Необхідність теоретичного обґрунтування ролі внутрішнього ринку товарів, визначення стану та тенденцій розвитку в сучасних умовах, розробки концептуальних засад забезпечення його розвитку на основі стратегічних орієнтирів, теоретична і практична значущість цих проблем у трансформаційній економіці, недостатній рівень їх теоретичної розробки зумовили вибір теми дисертації, її мету, завдання та послідовність наукового пошуку.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами і темами.

Дисертація виконана відповідно до науково-дослідних напрямів роботи Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» за темами: «Удосконалення теорії, методології та організації фінансово-економічного аналізу в контексті забезпечення стратегічного розвитку» (номер державної реєстрації 0117U004813), у межах якої авторкою досліджено концептуальні особливості економічного аналізу та прогнозування в контексті забезпечення стратегічного розвитку вітчизняних компаній з урахуванням впливу факторів мінливого зовнішнього середовища; «Формування адаптивної системи управління підприємством в кризових умовах господарювання» (номер державної реєстрації 0117U004812), у межах якої авторкою досліджено відповідність процесів на внутрішньому ринку товарів постулатам розвитку й побудовано класифікацію видових проявів розвитку за різними ознаками; ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури» за темою «Вдосконалення обліково-аналітичної інформації в управлінні економічними процесами» (номер державної реєстрації 0116U000778), де авторкою розроблено загальну концепцію дослідження внутрішнього ринку товарів та сформовано методологічний базис забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів.

Мета й завдання дослідження. *Метою дослідження є обґрунтування теоретико-методологічних засад функціонування внутрішнього ринку товарів, визначення основних тенденцій і суперечностей його розвитку, а також розробка стратегічних орієнтирів забезпечення його розвитку.*

Для досягнення цієї мети поставлено такі *завдання*:

- дослідити економічні категорії «риннок», «внутрішній ринок товарів», «розвиток» та «забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів»;
- удосконалити підхід до побудови класифікації ринків, а також сформуванати класифікацію видів розвитку;
- розширити перелік видових проявів забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів;
- сформуванати концепцію дослідження внутрішнього ринку товарів;
- сформуванати методологічний підхід до забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів;
- сформулюванати постулати розвитку соціально-економічної системи;
- удосконалити будову системи забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів;
- обґрунтуванати змістове наповнення інформаційної бази дослідження внутрішнього ринку товарів;
- запропонувати методологічний апарат оцінювання стану та розвитку внутрішнього ринку товарів;
- провести оцінювання стану та розвитку внутрішнього ринку товарів України;

- оцінити вплив зовнішніх факторів на розвиток внутрішнього ринку товарів;
- запропонувати дескриптивну модель забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів;
- удосконалити підхід до прогнозування коефіцієнтів розвитку внутрішнього ринку товарів;
- сформулювати методичний підхід до забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів;
- розробити показники стратегічного орієнтування забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів.

Об'єктом дослідження є розвиток внутрішнього ринку товарів.

Предметом дослідження є стратегічні орієнтири забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів.

Методи дослідження. Теоретико-методологічну основу дослідження становлять загальнонаукові та спеціальні методи пізнання. Робота ґрунтується на принципах єдності теорії й практики, моделювання та прогнозування соціально-економічних процесів, які відбуваються в ході забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів. Поєднання методів систематизації й контент-аналізу надало змогу вдосконалити понятійно-категоріальний апарат дослідження внутрішнього ринку товарів та розвитку як економічних категорій. Завдяки використанню системно-структурного підходу в поєднанні з такими загальнонауковими методами наукового пізнання, як дедукція, узагальнення, синтез та абстрагування, сформовано перелік видових проявів забезпечення, побудовано класифікацію ринків і вдосконалено класифікацію видів розвитку.

За допомогою методів збору, розрахунку та аналітичної обробки даних сформовано інформаційну базу забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів. Застосування методів систематизації, ідентифікації, нормування, агрегування та побудови шкали (з рівними інтервалами) надало змогу визначити індикатори стану внутрішнього ринку товарів і надати їх інтерпретацію. На використанні індексів, методів агрегування, способів побудови номінальної шкали та методів міжсистемної відповідності ґрунтується динамічне оцінювання внутрішнього ринку товарів і, відповідно, визначення характеру його розвитку. Використання комплексу методів, зокрема СТЕП-аналізу, індексного, варіаційного, кореляційного, сценарного, матричного аналізу та аналізу ризикованості надало змогу оцінити вплив зовнішніх факторів на розвиток внутрішнього ринку товарів і визначити їх пріоритетність. На основі поєднання статистичних, економіко-математичних методів та сценарного аналізу здійснено прогнозування розвитку внутрішнього ринку товарів. За допомогою методів стратегічного орієнтування розроблено й реалізовано стратегічні орієнтири забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів.

Інформаційну базу дослідження становлять законодавчі акти Верховної Ради України й постанови органів виконавчої влади; аналітичні та статистичні

матеріали міністерств і відомств; збірники, річні звіти, інформаційні та аналітичні бюлетені, тижневики, періодичні видання вітчизняних і міжнародних організацій, неурядових інститутів; наукові публікації з проблем функціонування та розвитку внутрішнього ринку товарів; власні спостереження автора.

Наукова новизна одержаних результатів, що виносяться на захист, полягає в такому:

вперше:

– запропоновано використання показників стратегічного орієнтування за векторами розвитку відповідно до їх розподілу за домінуванням, визначення яких базується на розрахунку відстані від передового рубежу (як кількості балів, що лишилися до досягнення найбільшого з можливих значень узагальнювального індикатора стану внутрішнього ринку товарів, на основі даних про поточну ситуацію) та бар'єра подолання ризику (відображає складність досягнення запланованих змін з урахуванням ризику ймовірних втрат та обчислюється як різниця між прогностичними значеннями узагальнювального коефіцієнта розвитку внутрішнього ринку товарів за оптимістичним і песимістичним сценаріями), що надає змогу обрати вид стратегії забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів відповідно до умов, що склалися;

– сформовано методологічний підхід до забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів, що включає теоретичну, методичну й практичну компоненти та поєднує понятійно-категоріальний апарат, принципи забезпечення розвитку, методичні підходи до побудови класифікації ринків, оцінювання стану й розвитку внутрішнього ринку товарів, оцінювання впливу факторів зовнішнього середовища на коефіцієнт розвитку внутрішнього ринку та забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів, надає змогу науково обґрунтувати напрями вирішення поставленої наукової проблеми, що знаходить практичне застосування в системі та стратегії забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів;

– запропоновано концепцію дослідження внутрішнього ринку товарів, яка сформована на поєднанні статичного та динамічного аспектів дослідження й передбачає вивчення параметрів його функціонування, структури, умов здійснення товарно-грошового обміну, а також зміни цих параметрів, що надає змогу оцінити стан внутрішнього ринку товарів та його розвиток;

– обґрунтовано методичний підхід до забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів, що передбачає формування системи забезпечення, а також розробку та реалізацію стратегії забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів, вибір виду якої надає змогу на основі врахування показників стратегічного орієнтування прийняти обґрунтоване рішення щодо визначення стратегічних ініціатив і досягти запланованої зміни коефіцієнтів розвитку внутрішнього ринку товарів та поставлених цілей забезпечення;

удосконалено:

– змістове наповнення інформаційної бази дослідження внутрішнього ринку товарів, згідно з яким, на відміну від існуючих, вона має включати дві складові дослідження стану та розвитку внутрішнього ринку товарів, інформація в яких структурована залежно від характеру показників оцінювання, завдяки чому стає можливим відокремлення блоків інформаційної бази за функціональними, структурними та факторно-зумовленими характеристиками ринку товарів, подання зібраної інформації в найбільш сприятливому вигляді для подальшого дослідження та спрощення процедури оцінювання розвитку внутрішнього ринку товарів;

– методичний підхід до оцінювання впливу факторів зовнішнього середовища на коефіцієнт розвитку внутрішнього ринку, що, на відміну від інших, ґрунтується на використанні комбінованого методу та передбачає поєднання СТЕП-аналізу, індексного методу, варіаційного, кореляційного аналізу та матричного методу й надає змогу визначити пріоритетність урахування окремих факторів зовнішнього середовища з погляду забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів;

– послідовність (алгоритм) прогнозування розвитку внутрішнього ринку товарів, що, на відміну від існуючих, ґрунтується на методах ковзної середньої та аналітичного вирівнювання й надає змогу врахувати при визначенні прогнозних значень коефіцієнтів розвитку внутрішнього ринку товарів вплив факторів зовнішнього середовища та на цій основі встановити прогнозну зміну показників стану внутрішнього ринку товарів;

– підхід до побудови класифікації ринків, що, на відміну від інших, формується на системно-структурній основі за принципом підпорядкованості, згідно з яким усі ознаки, що враховують під час дослідження ринку, поділено на первинні та вторинні, які, у свою чергу, конкретизовано за укрупненими ознаками з метою уникнення їх дублювання, що надає змогу виокремити як первинні ознаки «характер об'єкта продажу» та «масштаб ринку або географічне розташування» й провести деталізацію видів ринку, який був обраний за первинною ознакою;

– будову системи забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів, яка, на відміну від інших, містить споживчу, формувальну, реалізуючу й підтримувальну частини, поєднання та взаємодія яких надають змогу розробити стратегію забезпечення розвитку, спрямовану на вирішення виокремленої проблеми або певного комплексу проблем, притаманних поточному стану внутрішнього ринку товарів;

– класифікацію видів розвитку, у якій, на відміну від існуючих, класифікаційні ознаки розташовано згідно з їх відповідністю постулатам розвитку, що надало змогу доповнити їх перелік класифікаційною ознакою «базис забезпечення змін», розподіл за якою передбачає виділення пропорційного (на основі структури внутрішнього ринку товарів) та

трансформаційного (відбувається на основі докорінної перебудови, тобто трансформації, внутрішнього ринку й передбачає зміну структури ринку та переліку елементів ринку) розвитку, з урахуванням його виду, що є підставою для прийняття більш обґрунтованих рішень щодо його забезпечення;

– дескриптивну модель забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів, яка, на відміну від інших, відображає етапи забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів з притаманними їм методами та результатами, яких можна досягнути, та надає змогу найбільш точно відтворити сутність забезпечення розвитку як багатоітераційного процесу, кінцевою метою якого є досягнення запланованої зміни коефіцієнтів розвитку внутрішнього ринку товарів покращення його стану в майбутньому;

– перелік видових проявів забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів, що, на відміну від інших, включає забезпечення умов конкурентного середовища, функціонально-структурне, інфраструктурне, регулятивне забезпечення, поєднання яких надає змогу створити умови для розвитку внутрішнього ринку товарів;

набули подальшого розвитку:

– методологічний апарат оцінювання стану й розвитку внутрішнього ринку товарів, що, на відміну від інших, передбачає органічне поєднання методичних підходів до оцінювання стану внутрішнього ринку товарів та розвитку внутрішнього ринку товарів, які ґрунтуються на використанні широкого кола методів оцінювання й надають змогу врахувати статичний і динамічний аспекти внутрішнього ринку товарів у їхньому взаємозв'язку;

– постулати розвитку, використання яких надає змогу привести у відповідність (поєднати) теоретичні, методологічні та практичні аспекти забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів і до яких, на відміну від існуючих, належать такі: розвиток передбачає наявність певних змін (кількісного та/або якісного характеру); завдяки розвитку відбувається перехід об'єкта (системи) з одного стану в інший, більш досконалий; процес розвитку зумовлений дією зовнішніх та внутрішніх факторів; розвиток є циклічним процесом, що відбувається нерівномірно; завдяки розвитку зростає життєздатність системи та її спроможність чинити опір дестабілізуючому впливу середовища; розвиток має бути керованим, щоб зберегти цілісність і стійкість системи;

– визначення розвитку внутрішнього ринку товарів, під яким, на відміну від існуючих, запропоновано розуміти процес функціональних, структурних та факторно-зумовлених змін на внутрішньому ринку, що відбуваються під впливом факторів зовнішнього середовища. Керуючись цим визначенням, можна обґрунтувати перелік показників, що характеризують стан та розвиток внутрішнього ринку товарів;

– поняття забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів, яке базується на певній методології забезпечення та надає змогу розглядати його в

контексті формування системи забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів, упровадження якої спрямовано на створення відповідних умов щодо здійснення товарно-грошового обігу й захисту внутрішнього ринку від зовнішніх загроз, що надає змогу розробити стратегію забезпечення внутрішнього ринку товарів.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що наукові розробки дисертації доведено до рівня теоретичних положень, методичних та практичних рекомендацій щодо забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів.

Розроблені в дослідженні практичні рекомендації щодо визначення стратегічних орієнтирів забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів використано в роботі департаменту економіки і міжнародних відносин Харківської обласної державної адміністрації при розробці методичного забезпечення проведення оцінювання ринку товарів, при формуванні стратегічних документів, при підготовці та здійсненні проведення експертизи програмно-проектних документів, при оцінюванні стану внутрішнього ринку й визначенні стратегічних напрямів його розвитку на рівні області (довідка про впровадження № 01-25/1189 від 14.03.2020).

Сформовані за результатами дослідження пропозиції щодо методичного забезпечення проведення оцінювання стану регіонального ринку товарів упроваджено в практичну діяльність структурними підрозділами департаменту економічного розвитку Дніпропетровської обласної державної адміністрації щодо змістовного наповнення інформаційної бази дослідження внутрішнього ринку товарів, що є підґрунтям для розробки стратегічних програм розвитку на основі проведення оцінювання функціонування регіонального ринку товарів. Результатом практичного застосування розроблених пропозицій є спрощення процедури оцінювання розвитку внутрішнього ринку товарів на рівні області (довідка про впровадження № 435/0/31-20 від 13.03.2020).

Пропозиції й рекомендації використано при розробці стратегічних програм розвитку регіонального ринку з визначенням стратегічних напрямів його розвитку для виконавчих органів ради міста Мелітополя та Мелітопольського району з питань забезпечення економічного розвитку регіону, а саме пропозиції й методичні рекомендації щодо застосування концепції дослідження внутрішнього ринку товарів. Схвалено методичний підхід до оцінювання впливу факторів зовнішнього середовища на коефіцієнт розвитку внутрішнього ринку, що надає змогу визначити пріоритетність урахування окремих факторів зовнішнього середовища з погляду забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів на рівні міста та району (довідка про впровадження № 02-36/291-3 від 01.06.2020).

Практичне втілення в роботі відділу інформації та організації роботи Дніпропетровської торгово-промислової палати при забезпеченні повноти внутрішнього аналізу ТПП України знайшов методологічний апарат

оцінювання стану та розвитку внутрішнього ринку товарів (довідка про впровадження № 242/1-07 від 16.03.2020).

Методологічний апарат оцінювання поточного стану та розвитку внутрішнього ринку товарів використовують під час підготовки наукових звітів з моніторингу виконання встановлених стратегічних цілей і розробки необхідних заходів для коригування стратегії розвитку внутрішнього ринку товарів Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України (довідка про впровадження № 05/57 від 03.06.2020).

Теоретико-методичні розробки дисертації застосовують у навчальному процесі Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» при підготовці бакалаврів та магістрів у межах дисциплін «Економічний аналіз», «Маркетингові дослідження», «Основи наукових досліджень», «Державне та регіональне управління», «Методи прийняття управлінських рішень» (акт про впровадження від 08.04.2020).

Особистий внесок здобувача. Дисертаційна робота є завершеним самостійним науковим дослідженням, в якому здійснено теоретичний аналіз засад функціонування та забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів і запропоновано практичні рекомендації щодо розробки стратегічних орієнтирів. Представлені результати наукового дослідження, що виносяться на захист, сформульовані та обґрунтовані авторкою самостійно. Матеріали кандидатської дисертації в докторській не використовувалися.

Апробація результатів дисертації. Теоретичні й методологічні положення, висновки та результати дослідження доповідалися й обговорювалися на міжнародних та всеукраїнських наукових і науково-практичних конференціях: «Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я» (м. Харків, 2018 р.); «Економіка і суспільство» (м. Лейпциг, 2018 р.); «Європейський вектор модернізації економіки: креативність, прозорість та сталий розвиток» (м. Харків, 2018 р.); «Актуальні проблеми економіки та менеджменту» (м. Запоріжжя, 2018 р.); «Бізнес, цифрові інновації та підприємництво: стан, аналіз тенденцій та науково-економічний розвиток» (м. Львів, 2018 р.); «Стратегічні напрями інноваційного розвитку економіки країни: перспективи та ефективність» (м. Київ, 2018 р.); «Аналіз сучасних підходів до ефективного використання потенціалу економіки країни» (м. Дніпро, 2019 р.); «Економіка, облік, фінанси, управління і право: теоретичні підходи та практичні аспекти розвитку» (м. Полтава, 2019 р.); «Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах» (м. Тернопіль, 2019 р.); «Сучасні методи розвитку бізнесу: національна та міжнародна практика» (м. Одеса, 2019 р.).

Публікації. Основні наукові результати та висновки дисертації викладено у 42 наукових працях, із них: 1 – одноосібна монографія, 1 – колективна монографія; 30 – статті в наукових фахових виданнях України, у т. ч. 24 –

у виданнях, що включені до міжнародних наукометричних баз даних; 10 – матеріали конференцій. Загальний обсяг публікацій – 47,61 д. а., з них особисто авторці належать 46,19 д. а.

Структура та обсяг роботи. Дисертаційна робота складається зі вступу, п'яти розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків. Повний обсяг роботи становить 455 сторінок, з них основний текст – 401 сторінка. Дисертація містить 108 рисунків, 79 таблиць. Список використаних джерел включає 287 найменувань.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми дисертації; зазначено зв'язок роботи з науковими програмами, планами та темами; сформульовано мету, завдання, об'єкт та предмет дослідження, методи дослідження; вказано наукову новизну й практичне значення одержаних результатів, особистий внесок; наведено дані щодо апробації результатів дослідження та публікації.

У **першому розділі** – *«Теоретичні засади дослідження внутрішнього ринку товарів»* – подано сутнісну характеристику ринку як економічної категорії та його класифікацію; сформовано понятійно-категоріальний апарат та концепцію дослідження внутрішнього ринку товарів.

Під час формування концепції дослідження внутрішнього ринку товарів базовою передумовою для розуміння методології забезпечення розвитку є ринок як основа ринкового господарства. З метою вирішення певного ракурсу дослідження, ринок можна визначати в різних аспектах, що передбачає дослідження особливостей побудови та елементів поняття, а також зумовлює актуальність застосування дослідницького інструментарію.

Узагальнюючи теоретичні напрацювання науковців щодо сутності ринку, можна стверджувати про наявність щонайменше 10 аспектів. Розгляд ринку в різних аспектах є доцільним, але їх залежить від концептуального простору дослідження.

Отже, вивчення ринку в будь-якому разі має починатися з його розгляду в одному аспекті при обов'язковому співвіднесенні в подальшому з іншими згідно з принципом підпорядкованості.

У процесі поглиблення розуміння ринку та його сутності розглянуто класифікаційні ознаки його типологізації. Згідно із запропонованим підходом до побудови класифікації ринків, обґрунтовано, що вона повинна мати системно-структурну основу з урахуванням принципу підпорядкованості.

На основі систематизації напрацювань науковців удосконалено підхід до класифікації ринку, згідно з яким усі ознаки, що використовують для визначення видових проявів ринку, поділено на первинні та вторинні, які, у свою чергу, конкретизовано за укрупненими ознаками з метою уникнення їх дублювання.

Як первинні ознаки класифікування ринку визначено «характер об'єкта продажу» та «масштаб ринку або географічне розташування». Ці ознаки є найбільш ємними й можуть бути застосовані на початку дослідження для виділення основи розподілу ринку взагалі, а вторинні ознаки надають змогу в подальшому провести деталізацію видів ринку, який був обраний за первинною ознакою.

Встановлено, що за первинною ознакою «масштаб ринку або географічне розташування» в умовах сучасного розвитку національної економіки найбільше уваги потрібно приділяти вивченню внутрішнього ринку. Це пов'язано з роллю внутрішнього ринку в національній економіці. Як складова економіки, внутрішній ринок формує основні балансові пропорції ринкової моделі господарювання, насамперед, пропорції виробництва та споживання, сприяючи максимальній мобілізації внутрішніх ресурсів країни.

Крім того, розгляд класифікації ринку за іншою первинною ознакою, якою є характер об'єкта продажу, надав змогу встановити, що серед різних його видів надзвичайно важливу роль відіграє саме ринок товарів.

Отже, закономірно, що при розгляді внутрішнього ринку товарів необхідно враховувати аспекти розуміння внутрішнього ринку в поєднанні з аспектами розуміння ринку товарів.

На основі контент-аналізу розмаїття понять внутрішнього ринку та ринку товарів проведено їх розподіл з погляду багатоаспектності розуміння ринку як такого. Це надало змогу виявити, які з аспектів трактування поняття «ринок» простежуються у визначеннях внутрішнього ринку та ринку товарів.

Досліджено взаємозв'язок між поняттями «ринок», «внутрішній і зовнішній ринок», «товарний ринок» та інші види ринку.

З огляду на те, які аспекти відображено у визначеннях внутрішнього ринку та товарного ринку, внутрішній ринок товарів можна розуміти як сукупність економічних відносин у сфері обміну товарами в межах окремої країни, які формують механізм взаємодії між виробниками цих товарів та їх споживачами, що виступає як інструмент, який сприяє узгодженню інтересів продавців і покупців. У свою чергу, відносини на ринку можуть сформуватися лише за умови існування певних зв'язків між його елементами.

За авторською концепцією, внутрішній ринок товарів можна досліджувати відповідно до постулатів класичної, неокласичної, кейнсіанської, інституціональної теорій, а також теорій економічного зростання.

Проаналізувавши підходи до вивчення внутрішнього ринку товарів та аспекти, на дослідженні яких сконцентровані представники різних наукових теорій, можна зауважити, що найбільш виправданим є поєднання елементів кейнсіанської теорії та теорії економічного зростання, що надає змогу виявити взаємозв'язок між показниками функціонування внутрішнього ринку товарів і показниками стратегічного орієнтування його розвитку.

Сутнісні особливості дослідження внутрішнього ринку товарів виявляються залежно від того, як його розглядати – у статичному чи

динамічному аспекті. У першому випадку розкривають сукупність складових, які забезпечують функціонування ринку в цілому, у другому – з'ясовують вплив середовища на елементи ринку та їх зміну в процесі розвитку.

Концепція дослідження ринку передбачає поєднання статичного й динамічного аспектів та вивчення параметрів функціонування внутрішнього ринку товарів, його структури, умов здійснення товарно-грошового обміну на внутрішньому ринку товарів, а також зміни цих параметрів (рис. 1).



Рис. 1. Загальна концепція дослідження внутрішнього ринку товарів
(запропоновано авторкою)

Статичний аспект концепції дослідження внутрішнього ринку товарів надає змогу цінити стан внутрішнього ринку, а динамічний – його розвиток.

Таким чином, дослідження внутрішнього ринку в статичній формі є базисом для проведення подальшого оцінювання розвитку внутрішнього ринку товарів і його забезпечення.

У другому розділі – «*Методологічні аспекти забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів*» – подано сутнісну характеристику розвитку та його видових проявів на внутрішньому ринку товарів; сформовано методологічний базис забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів і розглянуто систему забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів.

Досліджено поняття «розвиток» та його взаємозв'язок з поняттями «експлікація», «генезис», «еволюція», «еманація», «діахронія».

Визначено постулати розвитку, а саме: розвиток передбачає наявність певних змін (кількісного та/або якісного характеру); завдяки розвитку відбувається перехід об'єкта (системи) з одного стану в інший, більш досконалий; процес розвитку зумовлений дією зовнішніх та внутрішніх факторів; розвиток є циклічним процесом, що відбувається нерівномірно; завдяки розвитку підвищується життєздатність системи та її спроможність чинити опір дестабілізуючому впливу середовища; розвиток має бути керованим, щоб зберегти цілісність і стійкість системи.

Проаналізовано визначення розвитку, запропоновані різними науковцями. Встановлено, що жодне з них не охоплює всіх постулатів розвитку й може бути використано для вирішення дослідницьких завдань досить вузького діапазону.

Встановлено, що постулати розвитку об'єктів та систем відповідають процесам на внутрішньому ринку товарів. Враховуючи відповідність цих процесів постулатам розвитку, сформовано визначення розвитку внутрішнього ринку товарів як процесу функціональних, структурних і факторно-зумовлених змін на внутрішньому ринку, що відбуваються під впливом факторів зовнішнього середовища.

Удосконалено класифікацію видів розвитку за різними ознаками, які розташовано згідно з їх відповідністю постулатам розвитку, що надало змогу доповнити їх перелік класифікаційною ознакою «базис забезпечення змін». Залежно від того, що є підґрунтям розвитку, можна виділити пропорційний розвиток – відбувається на основі структури внутрішнього ринку товарів і трансформаційний – на основі докорінної перебудови (трансформації) внутрішнього ринку, що передбачає зміну структури ринку та переліку елементів ринку.

Встановлено, що поняття забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів базується на певній методології та надає змогу розглядати його в контексті формування системи забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів, упровадження якої спрямовано на створення відповідних умов для здійснення товарно-грошового обігу й захисту внутрішнього ринку від зовнішніх загроз, що надає змогу розробити стратегію забезпечення внутрішнього ринку товарів.

Досліджено видові прояви забезпечення розвитку й обґрунтовано в рамках забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів функціонально-структурне, інфраструктурне, регулятивне забезпечення та забезпечення умов конкурентного середовища.

Сформовано методологічний підхід до забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів як певного процесу, компоненти якого наведено на рис. 2.

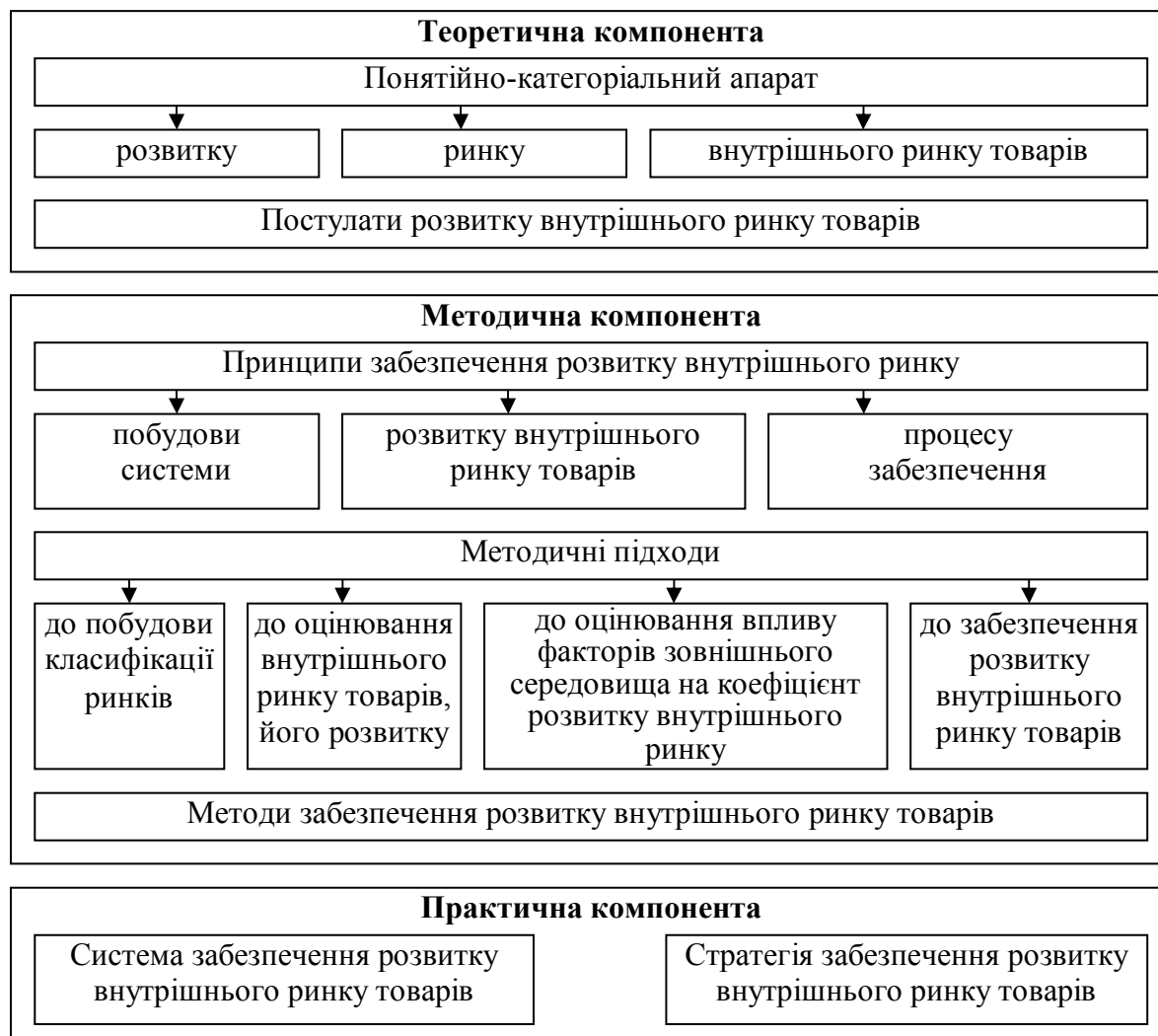


Рис. 2. Схема формування методологічного підходу до забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів (розроблено авторкою)

Як видно з рис. 2, методологія забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів поєднує методичний базис, систему та стратегію забезпечення й містить теоретичну, методичну та практичну компоненти.

Сформовано сукупність принципів забезпечення розвитку внутрішнього ринку, яка повинна бути побудована таким чином:

1) принципи побудови системи (системності; модульності; узгодження зв'язків; взаємозалежності системи й середовища; множинності опису; усталеності системи);

2) принципи розвитку внутрішнього ринку товарів (гнучкості; збалансованості; сумісності; імпульсності; безперервності; часової узгодженості; керованості);

3) принципи процесу забезпечення (пріоритету глобальної мети; оптимальності; ефективності; поляризованості; взаємної відповідальності; синхронізації дій; вчасності та адекватності заходів).

Дотримання цих принципів надасть змогу побудувати систему забезпечення, створити умови для динамічного розвитку внутрішнього ринку товарів та визначити стратегічні орієнтири в процесі забезпечення його розвитку.

Функціонуючи на основі методичного базису забезпечення й поєднуючи між собою теоретичну та методичну компоненти, практична компонента має за результат розробку й реалізацію системи та стратегії забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів.

Обґрунтовано, що система забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів є сукупністю елементів, які, тісно взаємодіючи між собою, надають змогу розробити стратегію розвитку, спрямовану на вирішення проблем (або певного комплексу проблем), притаманних поточному стану внутрішнього ринку товарів як системи.

У процесі дослідження проаналізовано праці науковців і визначено ключові властивості системи забезпечення, а саме цілісність, емерджентність, кількісна та якісна визначеність, інформаційність, цілеспрямованість, функціональність, ієрархічність, організованість, структурність, гетерогенність, взаємодія між видами забезпечення, адаптивність та стійкість.

Ці властивості потрібно розподілити на дві групи: 1) такі, що генеруються окремими елементами (складовими) системи забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів; 2) загальносистемні властивості, які виникають унаслідок взаємодії між цими елементами.

Формування системи забезпечення, яка відповідає перерахованим вище принципам забезпечення та має вказані властивості, надасть змогу розробити стратегію й створити необхідне підґрунтя для її реалізації і, відповідно, подальшого розвитку внутрішнього ринку товарів.

У **третьому розділі** – *«Інформаційна база дослідження розвитку внутрішнього ринку товарів»* – визначено змістове наповнення інформаційної бази дослідження внутрішнього ринку товарів; здійснено збір та аналітичну обробку даних щодо кількісних і якісних параметрів функціонування внутрішнього ринку товарів, структури та структурних зрушень на внутрішньому ринку товарів, умов здійснення товарно-грошових операцій.

Систематизовано дані щодо стану та розвитку внутрішнього ринку товарів з метою вдосконалення змістового наповнення інформаційної бази дослідження (рис. 3).



Рис. 3. Змістове наповнення інформаційної бази дослідження внутрішнього ринку товарів (розроблено авторкою)

Як видно з рис. 3, інформаційна база дослідження внутрішнього ринку товарів має містити дві складові, а саме: призначену для дослідження стану внутрішнього ринку товарів та призначену для дослідження розвитку внутрішнього ринку товарів.

У свою чергу, вся інформація, акумульована в інформаційній базі дослідження внутрішнього ринку товарів, структурована за блоками функціональних, структурних та факторно-зумовлених характеристик внутрішнього ринку.

За блоком інформації щодо функціональних характеристик здійснено збір, аналітичну обробку даних за кількісними та якісними параметрами функціонування внутрішнього ринку товарів, а саме досліджено обсяги й динаміку товарообігу, а також ціни на товари та їх динаміку, що надало змогу встановити таке:

– обсяг оптового товарообігу України мав хвилеподібну динаміку зі спадом у 2009 та 2014 рр. та наступним підвищенням обсягу оптового товарообігу в цінах поточного року. У цілому за 2008–2018 рр. спостерігалось зростання обсягів оптового товарообігу підприємств оптової торгівлі України в діючих цінах на 121,85%;

– обіг роздрібною торгівлю та обсяг роздрібного товарообороту по Україні в діючих цінах мали досить стабільну тенденцію до зростання з 2010 р. У цілому за 2008–2018 рр. величина цих показників зросла на 81,7% та 141,0%.

При цьому, незважаючи на зростання середньої величини обсягів оптового товарообігу, більша частина регіонів вирізняється значеннями показника, що є нижчими за середній. Крім того, спостерігається підвищення коефіцієнта варіації значень показників за регіонами, що переконливо свідчить про зростання ступеня диференціації між регіонами України за обсягами оптового товарообігу. Аналогічна ситуація спостерігається за обсягами обороту роздрібною торгівлю та роздрібного товарообігу.

Одним з визначальних факторів, що впливають на обсяги товарообігу, є зміна цін на товари та послуги. Протягом усього досліджуваного періоду, крім 2013 р., ціни зростали. Однак, якщо в 2008–2013 рр. індекс споживчих цін знижувався, то наступні два роки спостерігалось зростання цього показника. Розгортання інфляційних процесів було дещо вповільнено у 2016–2018 рр.

Зміна цін значною мірою впливає на місткість внутрішнього ринку, яку запропоновано розраховувати за методикою Всесвітнього економічного форуму. Значення обсягів місткості внутрішнього ринку мали схильність до циклічних коливань. Найгірші значення цього показника спостерігалися в тих роках досліджуваного періоду, які вирізнялись домінуванням кризових процесів, що охопили національну економіку (2009 та 2014 рр.).

У межах формування блоку інформації щодо структурних характеристик здійснювалися збір, упорядкування та аналітична обробка даних щодо структури внутрішнього ринку товарів і структурних зрушень. Із цією метою

запропоновано розраховувати коефіцієнти прогресивності зміни структури за товарними групами та суб'єктами, що дало підстави констатувати таке:

– у структурі оптового товарообігу переважали непродовольчі товари, частка яких у 2018 р. становила 83,9%. У структурі роздрібного товарообігу також переважали непродовольчі товари, хоча їх частка й була меншою, ніж за оптовим товарообігом (56,7% у 2018 р.). При цьому порівняно з базовим 2008 р. зміни в структурі як оптового, так і роздрібного товарообігу за товарними групами не були прогресивними;

– для структури оптового товарообігу за суб'єктами, що функціонують на внутрішньому ринку, характерна, перш за все, питома вага продажу товарів вітчизняного виробництва в обсязі оптового товарообігу.

Виявлено, що частка продажу товарів вітчизняного виробництва в оптовому товарообігу за досліджуваний період знизилась з 65,6% у 2008 р. до 43,4% у 2018 р., а частка продажу товарів вітчизняного виробництва в роздрібному товарообороті – з 63,1% до 52,1%, що негативно характеризує зміни структури оптового та роздрібного товарообігу за суб'єктами (виробниками продукції, представленої на внутрішньому ринку). Отже, дослідження змін у структурі роздрібного товарообігу за виробниками товарів не можна вважати прогресивними.

Як окремий показник функціонування внутрішнього ринку, що характеризує його структуру, використано обсяг роздрібного товарообігу у відсотку до обсягу внутрішнього ринку. На основі цього показника запропоновано визначати коефіцієнти прогресивності змін структури внутрішнього ринку за потребами споживачів. За потребою покупців зміни в структурі операцій на внутрішньому ринку можна вважати прогресивними за всіма роками досліджуваного періоду, окрім 2014 та 2015 рр.

На зміну параметрів функціонування внутрішнього ринку, а також характеру структурних зрушень значною мірою впливають умови здійснення товарно-грошових операцій, які було досліджено в рамках формування блоку інформації щодо факторно-зумовлених характеристик. Зібрано інформацію про стан і зміни основної та обслуговуючої інфраструктури, а також розвиток конкурентного середовища й регулятивного впливу держави.

У **четвертому розділі** – *«Оцінювання стану й розвитку внутрішнього ринку товарів України та його прогнозування»* – сформовано методологічний апарат оцінювання стану та розвитку внутрішнього ринку товарів; здійснено оцінювання стану внутрішнього ринку товарів України за останні роки.

Встановлено, що оцінювання стану та розвитку внутрішнього ринку потребує розробки відповідного методологічного апарату, який поєднує в собі методи оцінювання стану та розвитку внутрішнього ринку товарів, передбачені відповідними методичними підходами (табл. 1).

**Методологічний апарат оцінювання стану
та розвитку внутрішнього ринку**

Методичний підхід	Етап	Метод
Методичний підхід до оцінювання стану внутрішнього ринку	Формування системи показників оцінювання стану внутрішнього ринку товарів з урахуванням даних інформаційної бази	Метод систематизації
	Формування на основі сформованої інформаційної бази вихідного масиву даних за показниками оцінювання стану внутрішнього ринку товарів	Метод пасивної ідентифікації
	Визначення нормованих значень показників оцінювання стану внутрішнього ринку товарів	Метод нормування
	Зведення нормованих значень показників оцінювання та визначення індикаторів стану внутрішнього ринку товарів	Метод агрегування
	Формування шкали інтерпретації значень індикаторів оцінювання стану внутрішнього ринку товарів	Метод побудови шкали з рівними інтервалами
Методичний підхід до оцінювання розвитку внутрішнього ринку	Формування системи коефіцієнтів розвитку внутрішнього ринку товарів відповідно до показників оцінювання його стану	Метод міжсистемної відповідності
	Розрахунок коефіцієнтів змін за окремими показниками оцінювання стану внутрішнього ринку	Метод індексів
	Зведення коефіцієнтів змін за окремими показниками оцінювання стану внутрішнього ринку та визначення коефіцієнтів розвитку	Метод агрегування
	Формування шкали інтерпретації значень коефіцієнтів розвитку внутрішнього ринку товарів	Метод побудови номінальної шкали

Згідно з методичним підходом до оцінювання стану внутрішнього ринку товарів, його метою є визначення стану внутрішнього ринку товарів, в якому він перебував на певний момент у ретроспективі або на момент оцінювання. Досягнення цієї мети передбачає декілька етапів. Серед них першим є формування системи показників оцінювання стану внутрішнього ринку товарів. Для цього використовують метод систематизації даних, що надає змогу впорядкувати показники та згрупувати їх, розподіливши на три блоки: функціональні, структурні та факторно-зумовлені характеристики.

За показниками, що включено до системи оцінювання стану внутрішнього ринку методом пасивної ідентифікації, має здійснюватись формування вихідного масиву даних. Зважаючи на те, що до системи показників оцінювання стану внутрішнього ринку товарів входять різнопланові показники, що мають різні одиниці вимірювання, виникає необхідність у визначенні нормованих значень.

На основі нормованих значень шляхом багатокрокового агрегування з використанням середньоарифметичної простої визначають: на першому кроці – часткові індикатори оцінювання стану внутрішнього ринку, на другому – узагальнювальні індикатори стану за блоками оцінювання (функціональних, структурних та факторно-зумовлених характеристик); на третьому – інтегральний індикатор стану внутрішнього ринку товарів.

Для інтерпретації значень індикаторів оцінювання стану внутрішнього ринку товарів побудовано шкалу з рівними інтервалами. При цьому інтервал $0 \div 0,2$ відповідає критичному, $0,21 \div 0,39$ – незадовільному, $0,4 \div 0,59$ – допустимому, $0,6 \div 0,79$ – прийнятному, $0,8 \div 1,0$ – оптимальному стану. Результати оцінювання стану внутрішнього ринку товарів подано в табл. 2.

Таблиця 2

Результати оцінювання стану внутрішнього ринку товарів

Індикатори	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Блок 1. Часткові індикатори оцінювання											
Об'ємно-цінових параметрів	0,766	0,622	0,699	0,812	0,915	0,959	0,746	0,582	0,647	0,578	0,441
Рівномірності розподілу товарообігу за регіонами	0,121	0,162	0,171	0,153	0,144	0,137	0,142	0,070	0,039	0,010	0,011
Узагальнювальний індикатор оцінювання стану функціонального характеру	0,443	0,392	0,435	0,483	0,529	0,548	0,444	0,326	0,343	0,294	0,308
Блок 2. Часткові індикатори оцінювання структури											
За товарними групами	1,000	0,927	0,937	0,953	0,931	0,931	0,923	0,934	0,946	0,953	0,944
За суб'єктами ринку	0,950	0,979	0,970	0,945	0,906	0,874	0,836	0,815	0,830	0,810	0,812
Узагальнювальний індикатор оцінювання стану структурного характеру	0,975	0,953	0,954	0,949	0,918	0,902	0,879	0,875	0,888	0,881	0,882
Блок 3. Часткові індикатори оцінювання											
Розвиненості основної інфраструктури	0,940	0,937	0,913	0,923	0,893	0,866	0,809	0,701	0,698	0,696	0,681
Розвиненості обслуговуючої інфраструктури	0,956	0,935	0,943	0,954	0,910	0,951	0,855	0,825	0,757	0,755	0,774
Конкурентних умов	0,995	0,973	0,906	0,939	0,934	0,903	0,871	0,862	0,858	0,856	0,861
Регулятивного впливу держави	0,565	0,573	0,584	0,619	0,639	0,684	0,921	0,933	0,947	0,964	0,951
Узагальнювальний індикатор оцінювання стану факторно-зумовленого характеру	0,864	0,854	0,836	0,859	0,844	0,873	0,864	0,830	0,815	0,818	0,817
Інтегральний індикатор оцінювання стану внутрішнього ринку товарів	0,761	0,733	0,742	0,764	0,764	0,774	0,729	0,677	0,682	0,665	0,664

За результатами оцінювання, стан внутрішнього ринку товарів у 2008–2018 рр. у цілому можна вважати прийнятним. Крім того, інтегральний індикатор оцінювання стану внутрішнього ринку товарів знизився з 0,761 до 0,664 пункти.

Якщо досягнуте значення відібраних показників оцінювання надає змогу оцінити стан внутрішнього ринку, то їхні зміни в динаміці – його розвиток.

Згідно з методичним підходом до оцінювання розвитку внутрішнього ринку товарів метою її проведення є визначення характеру розвитку внутрішнього ринку товарів. Першим етапом оцінювання є формування із застосуванням методу міжсистемної відповідності системи коефіцієнтів розвитку внутрішнього ринку товарів відповідно до показників оцінювання стану ринку.

Усі коефіцієнти розвитку внутрішнього ринку товарів відповідно до показників оцінювання стану розподілено на три блоки: коефіцієнти розвитку функціонального, структурного та факторно-зумовленого характеру.

У першому блоці запропоновано визначати коефіцієнти зміни об'ємно-цінових параметрів та рівномірності розподілу товарообігу, у другому – коефіцієнти зміни структури за товарними групами та суб'єктами, а в третьому – коефіцієнти зміни розвиненості інфраструктури (основної та обслуговуючої), конкурентних умов та регулятивного впливу держави. Коефіцієнти зміни за показниками стану внутрішнього ринку товарів запропоновано розраховувати індексним методом. При цьому для показників, що мають стимулювальний характер, коефіцієнт зміни визначається як прямий, а для показників, що мають дестимулюючий характер, – як обернений індекс.

На основі коефіцієнтів змін шляхом багатокрокового агрегування з використанням середньої геометричної визначають на першому кроці часткові коефіцієнти розвитку внутрішнього ринку, на другому – узагальнювальні коефіцієнти розвитку за блоками оцінювання, на третьому – інтегральний коефіцієнт розвитку внутрішнього ринку товарів.

Результати оцінювання розвитку внутрішнього ринку товарів представлені в табл. 3. Запропоновано шкалу інтерпретації значень коефіцієнтів розвитку внутрішнього ринку товарів. На основі шкали можна інтерпретувати розвиток внутрішнього ринку товарів як прогресивний чи дегресивний.

Як видно з табл. 3, розвиток внутрішнього ринку був прогресивним у 2008 р., 2010–2013 рр. Незважаючи на те, що дегресивні зміни 2014–2015 рр. вдалося подолати у 2016 р., для 2017 р. знов характерні негативні зміни за показниками внутрішнього ринку товарів.

У 2018 р. показники розвитку внутрішнього ринку товарів визначено як прогресивні.

Крім того, досліджено взаємозв'язок між приростом узагальнювальних індикаторів стану внутрішнього ринку товарів та відповідними узагальнювальними коефіцієнтами розвитку.

Встановлено, що зв'язок є прямим, а побудовані для його опису моделі є адекватними та достовірними, можуть використовуватись для прогнозування.

Таблиця 3

Результати оцінювання розвитку внутрішнього ринку товарів в Україні за 2008–2018 рр.

Показники	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Блок 1. Часткові коефіцієнти змін											
Об'ємно-цінових параметрів	1,092	0,799	1,113	1,133	1,109	1,047	0,818	0,790	1,130	1,064	1,063
Рівномірності розподілу товарообігу за регіонами	1,083	1,052	1,012	0,974	0,990	0,991	1,005	0,923	0,968	0,903	0,937
Узагальнювальний коефіцієнт розвитку функціонального характеру	1,087	0,917	1,061	1,051	1,048	1,019	0,906	0,853	1,046	0,980	1,010
Блок 2. Часткові коефіцієнти змін структури											
За товарними групами	0,955	0,927	1,011	1,017	0,977	0,999	0,992	1,012	1,012	1,008	1,016
За суб'єктами ринку	1,030	1,031	0,990	0,973	0,957	0,967	0,950	0,977	1,009	0,975	0,978
Узагальнювальний коефіцієнт розвитку структурного характеру	0,992	0,978	1,000	0,995	0,967	0,983	0,971	0,995	1,010	0,992	0,995
Блок 3. Часткові коефіцієнти змін											
Розвиненості основної інфраструктури	1,010	1,000	0,974	1,011	0,967	0,966	0,928	0,866	0,994	0,995	0,978
Розвиненості обслуговуючої інфраструктури	1,005	0,977	1,009	1,014	0,953	1,043	0,897	0,937	0,922	1,007	1,008
Конкурентних умов	1,034	0,977	0,930	1,037	0,994	0,964	0,970	0,982	0,994	0,996	0,995
Регулятивного впливу держави	1,021	1,011	0,927	1,048	1,149	1,300	1,234	1,016	1,015	1,019	1,071
Узагальнювальний коефіцієнт розвитку факторно-зумовленого характеру	1,017	0,991	0,959	1,027	1,013	1,060	0,999	0,949	0,980	1,004	1,019
Інтегральний коефіцієнт розвитку внутрішнього ринку товарів	1,031	0,961	1,006	1,024	1,009	1,020	0,958	0,930	1,012	0,992	1,001

У п'ятому розділі – «Формування стратегічних орієнтирів розвитку внутрішнього ринку товарів» – розроблено та апробовано підхід до оцінювання впливу зовнішніх факторів на розвиток внутрішнього ринку товарів; здійснено прогнозування показників розвитку внутрішнього ринку й розроблено стратегію його забезпечення.

Для вивчення впливу зовнішнього середовища на розвиток внутрішнього ринку можна скористатися комбінацією STEP-аналізу, варіаційного, кореляційного, сценарного, індексного та матричного аналізів, аналізу ризикованості (рис. 4).

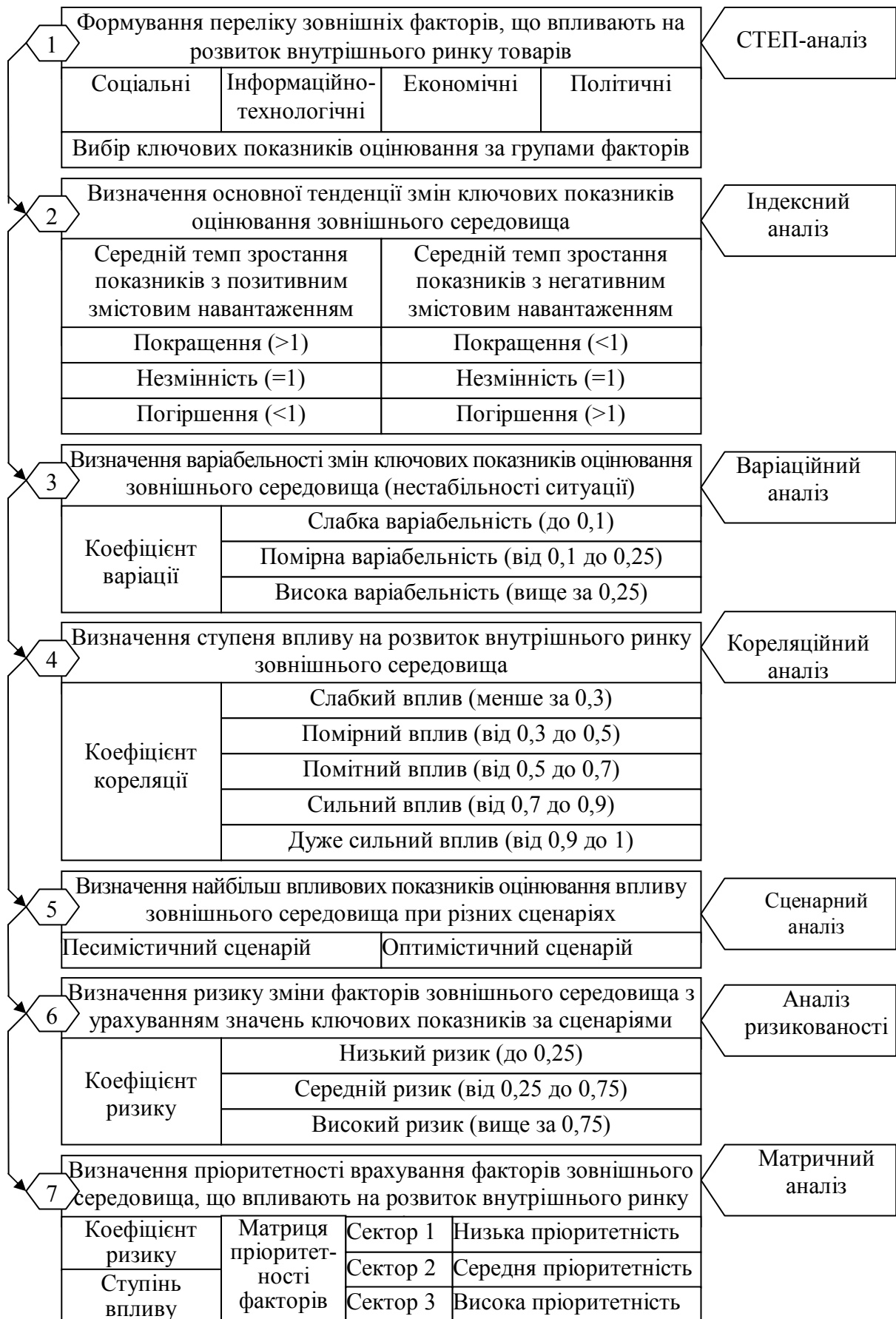


Рис. 4. Підхід до оцінювання впливу факторів зовнішнього середовища на розвиток внутрішнього ринку товарів (розроблено авторкою)

На основі СТЕП-аналізу сформовано перелік зовнішніх факторів (соціальних, інформаційно-технологічних, економічних і політичних), що впливають на розвиток внутрішнього ринку товарів, та обрано ключові показники за групами факторів. За обраними ключовими показниками, що відповідають зовнішнім факторам, зібрано статистичні дані за досліджуваний період (2008–2018 рр.).

Встановлено, що серед економічних факторів зовнішнього середовища до першого сектору належать екологізація економіки; до другого – зайнятість населення, енергетична незалежність, інвестиційна активність; до третього – внутрішнє виробництво товарів. Запропоновано здійснити прогнозування розвитку внутрішнього ринку товарів за розробленим підходом (рис. 5).



Рис. 5. Підхід до прогнозування розвитку внутрішнього ринку товарів
(розроблено авторкою)

Як видно з рис. 5, підхід до прогнозування (алгоритм) розвитку внутрішнього ринку товарів ґрунтується на використанні методів ковзної середньої та аналітичного вирівнювання, дозволяючи врахувати при визначенні прогнозних значень коефіцієнтів розвитку внутрішнього ринку товарів вплив

факторів зовнішнього середовища. Беручи до уваги виявлений взаємозв'язок, можна встановити прогностні показники стану внутрішнього ринку товарів.

За результатами прогнозування розвитку та стану внутрішнього ринку товарів з'ясовано, що за песимістичним сценарієм інтегральний коефіцієнт розвитку може знизитись на 0,120 пункти, а при оптимістичному – зрости на 0,043 пункти. Інтегральний індикатор стану внутрішнього ринку товарів може знизитись за песимістичним сценарієм на 0,134 пункти, а за оптимістичним – зрости на 0,027 пункти. Досягнута зміна інтегрального коефіцієнта розвитку та індикатора стану буде залежати від вибору стратегії забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів.

Доведено, що в сучасних умовах серед видів стратегій можуть бути обрані:

- функціональна стратегія абсолютного домінування – домінантним є вектор забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів функціонального характеру, а інші два – умовно-домінантними;

- структурна стратегія абсолютного домінування – домінантним є вектор забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів структурного характеру, а інші два – умовно-домінантними;

- факторно-зумовлена стратегія абсолютного домінування – домінантним є вектор забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів факторно-зумовленого характеру, а інші два – умовно-домінантними.

При розподілі векторів забезпечення за домінуванням варто враховувати два параметри домінування:

- відстань до передового рубежу:

$$DAF_i = 1 - IS_i^0, \quad (1)$$

де DAF_i – відстань до передового рубежу (a distance to the advanced frontier) за цим вектором забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів; IS_i^0 – досягнуте в попередньому періоді значення узагальнювального індикатора стану внутрішнього ринку товарів, що відповідає цьому вектору забезпечення розвитку;

- бар'єр подолання ризику:

$$BOR_i = ID_i^{omn} - ID_i^{nec}, \quad (2)$$

де BOR_i – бар'єр подолання ризику (a barrier to overcoming the risk) за цим вектором забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів; ID_i^{omn} – прогнозне значення узагальнювального коефіцієнта розвитку внутрішнього ринку товарів, що відповідає цьому вектору забезпечення розвитку, за оптимістичним сценарієм; ID_i^{nec} – прогнозне значення узагальнювального коефіцієнта розвитку внутрішнього ринку товарів, що відповідає цьому вектору забезпечення розвитку, за песимістичним сценарієм.

На основі цих двох параметрів запропоновано визначати показник стратегічного орієнтування для цього вектора:

$$ISO_i = \frac{DAF_i + BOR_i}{2}, \quad (3)$$

де ISO_i – показник стратегічного орієнтування за вектором (the indicator of strategic orientation); BOR_i – бар'єр подолання ризику за цим вектором забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів; DAF_i – відстань до передового рубежу за цим вектором забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів.

Порівняння значень показників стратегічного орієнтування за векторами надає змогу виявити доміантний та умовно-доміантні вектори. Чим вищий показник стратегічного орієнтування, тим більш доміантним є цей вектор забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів.

Таблиця 4

Визначення виду стратегії забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів України (прогнозний період до 2023 р.)

Вектори забезпечення	Відстань до передового рубежу	Бар'єр подолання ризику	Показник стратегічного орієнтування	Ступінь домінування вектора	Вид стратегії
Забезпечення розвитку на основі функціональних характеристик	0,706	0,211	0,917	доміантний вектор	Функціональна стратегія забезпечення розвитку абсолютного домінування
Забезпечення розвитку на основі структурних характеристик	0,119	0,170	0,289	умовно-доміантний вектор	
Забезпечення розвитку на основі факторно-зумовлених характеристик	0,182	0,107	0,289	умовно-доміантний вектор	

Як видно з табл. 4, доміантним вектором є забезпечення розвитку на основі зміни показників, що відображають функціональні характеристики внутрішнього ринку товарів, а умовно-доміантними – забезпечення розвитку на за рахунок зміни структурних та факторно-зумовлених характеристик.

На основі встановленого домінування відбувається розподіл стратегічних пріоритетів за рівнями впровадження. Обґрунтовано домінування векторів необхідність вибору функціональної стратегії забезпечення розвитку внутрішнього ринку абсолютного домінування. Згідно із цією стратегією до стратегічних пріоритетів першого рівня мають належати: забезпечення позитивних і нівелювання негативних змін об'ємно-цінових параметрів внутрішнього ринку та рівномірності розподілу товарообороту на ринку за регіонами.

Стратегічними пріоритетами другого рівня є забезпечення позитивних і нівелювання негативних змін: інфраструктури внутрішнього ринку (основної та обслуговуючої), конкурентних умов; регулятивного впливу держави, структури

товарообігу за товарними групами, структури за суб'єктами (ринковими партнерами). За стратегічними пріоритетами розробляють заходи із забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів.

Встановлено, що за умов реалізації стратегії зниження інтегрального коефіцієнта розвитку за песимістичним сценарієм може становити лише 0,039 пункту (для порівняння, за умови відсутності стратегії – 0,120 пункту), а зростання при оптимістичному – 0,123 пункту (за відсутності стратегії – 0,043 пункту). Інтегральний індикатор стану внутрішнього ринку товарів за умови реалізації стратегії може знизитись за песимістичним сценарієм на 0,074 пункту (за відсутності стратегії – на 0,134 пункту), а за оптимістичним – зрости на 0,089 пункти (за відсутності стратегії – на 0,027 пункту). Прогнозована зміна інтегрального коефіцієнта розвитку та індикатора стану за умови реалізації стратегії свідчить про її доцільність і необхідність упровадження.

Невизначеність прогнозованої ситуації зумовлює потребу в удосконаленні забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів, дескриптивну модель якого подано на рис. 6. Модель відображає етапи забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів з притаманними їм методами та результатами, що можуть бути досягнуті завдяки їх виконанню.

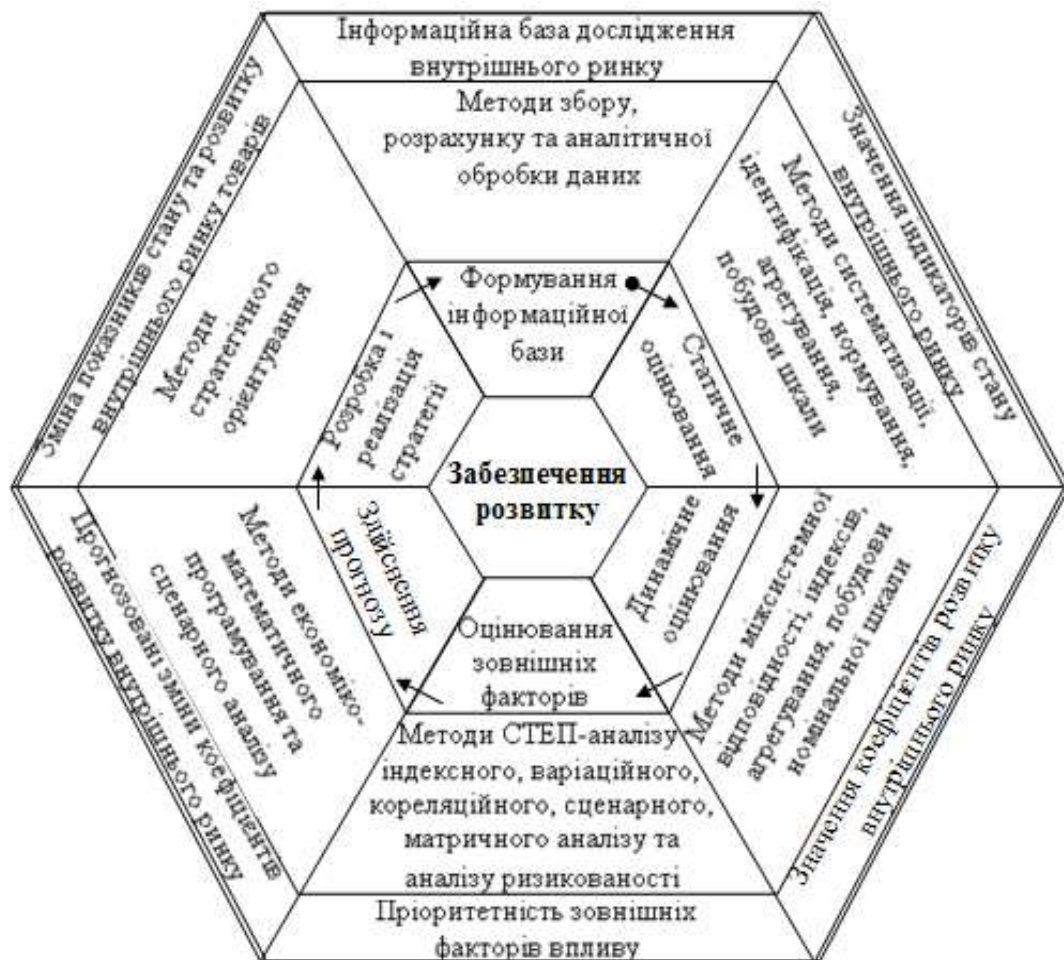


Рис. 6. Дескриптивна модель забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів (розроблено авторкою)

Розроблена дескриптивна модель забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів відбиває його сутність як багатоітераційного процесу, що охоплює послідовно здійснювані етапи, кінцевою метою яких є досягнення запланованої зміни коефіцієнтів розвитку внутрішнього ринку товарів, що надасть змогу покращити його стан у прогностному періоді.

Базуючись на дескриптивній моделі забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів, розроблено методичний підхід до забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів (рис. 7).



Рис. 7. Методичний підхід до забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів (розроблено авторкою)

Як видно з рис. 7, забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів має ґрунтуватися на певній базі для формування та впровадження його системи. Система забезпечення розвитку внутрішнього ринку має такі складові: споживчу частину системи або об'єкт забезпечення (розвиток внутрішнього ринку товарів); формувальну частину системи або суб'єктів забезпечення (інститути, що визначають цілі забезпечення, формують базу та визначають види забезпечення); реалізуючу частину системи, тобто видові прояви забезпечення (ті види забезпечення, за допомогою яких здійснюється вплив формувальної частини системи на споживчу); підтримвальну частину системи або її внутрішнє середовище. При цьому споживча складова системи є пасивною, а решта три – активними частинами системи забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів. Побудована система забезпечення є основою для розробки та реалізації стратегії забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів.

Практичне застосування запропонованого методичного підходу надає змогу визначати показники стратегічного орієнтування за векторами розвитку та приймати обґрунтоване рішення щодо встановлення стратегічних пріоритетів, реалізація яких допоможе досягти запланованої зміни коефіцієнтів розвитку й поставлених цілей забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів у цілому.

ВИСНОВКИ

У дисертації на підставі проведених досліджень розв'язано важливу наукову проблему щодо обґрунтування теоретико-методологічних засад функціонування внутрішнього ринку товарів та забезпечення його розвитку, визначення основних тенденцій і суперечностей цих процесів. Це надало змогу сформулювати низку теоретичних та методологічних положень і такі висновки:

1. Досліджено понятійно-категоріальний апарат забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів, до складу якого увійшли такі економічні категорії як «ринок», «внутрішній ринок товарів», «розвиток» та «забезпечення розвитку». Встановлено взаємозв'язок між поняттями «ринок», «внутрішній та зовнішній ринок», «товарний ринок» та іншими видами ринку. Враховуючи те, які аспекти відображено у визначеннях внутрішнього ринку та товарного ринку, і на основі проведеного контент-аналізу понять внутрішнього ринку та ринку товарів здійснено їх розподіл з погляду багатоаспектності розуміння ринку як такого та запропоновано визначення розвитку внутрішнього ринку товарів як процесу функціональних, структурних і факторно-зумовлених змін на внутрішньому ринку, що відбуваються під впливом факторів зовнішнього середовища. При цьому поняття забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів базується на певній методології та надає змогу розглядати його в

контексті формування системи забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів, упровадження якої спрямовано на створення відповідних умов для здійснення товарно-грошового обігу й захисту внутрішнього ринку від зовнішніх загроз, що надає змогу розробити стратегію забезпечення внутрішнього ринку товарів.

2. Удосконалено підхід до побудови класифікації ринків шляхом її формування на системно-структурній основі з урахуванням принципу підпорядкованості, згідно з яким усі ознаки, що використовують для дослідження ринку, поділено на первинні та вторинні, які, у свою чергу, конкретизовано за укрупненими ознаками з метою уникнення їх дублювання, що надало змогу виокремити як первинні ознаки «характер об'єкта продажу» та «масштаб ринку або географічне розташування» й у подальшому дослідженні провести деталізацію видів ринку, який обраний за первинною ознакою.

3. На основі поєднання теоретичних, методологічних та практичних аспектів дослідження розвитку внутрішнього ринку товарів сформульовано постулати розвитку системи, до яких включено такі: розвиток передбачає наявність певних змін (кількісного та/або якісного характеру); завдяки розвитку відбувається перехід об'єкта (системи) з одного стану в інший, більш досконалий; процес розвитку зумовлений дією зовнішніх і внутрішніх факторів; розвиток є циклічним процесом, що відбувається нерівномірно; завдяки розвитку підвищується життєздатність системи та її спроможність чинити опір дестабілізуючому впливу середовища; розвиток має бути керованим, щоб зберегти цілісність і стійкість системи.

4. Доповнено класифікацію видів розвитку, в якій класифікаційні ознаки розташовано згідно з їх відповідністю постулатам розвитку системи, класифікаційною ознакою «базис забезпечення змін», розподіл за якою передбачає виділення пропорційного (на основі структури внутрішнього ринку товарів) та трансформаційного (на основі докорінної перебудови, тобто трансформації, внутрішнього ринку зі зміною структури ринку й переліку елементів ринку) розвитку та надає змогу з урахуванням його виду приймати більш обґрунтовані рішення щодо його забезпечення.

5. Запропоновано видові прояви забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів, до яких віднесено забезпечення умов конкурентного середовища, функціонально-структурне, інфраструктурне, регулятивне забезпечення, поєднання яких надає змогу створити умови для розвитку внутрішнього ринку товарів.

6. Зазначено, що під час формування концепції дослідження внутрішнього ринку товарів базовою передумовою для розробки методології забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів є розуміння ринку як основи ринкового господарства. Доведено, що розгляд внутрішнього ринку товарів у статичному аспекті надає змогу визначити сукупність елементів, які забезпечують функціонування ринку в цілому, а розгляд внутрішнього ринку

товарів у динамічному аспекті – з'ясувати вплив середовища на елементи ринку та їх зміну в процесі розвитку, у результаті чого сформована концепція базується на поєднанні статичного й динамічного аспектів дослідження внутрішнього ринку товарів і передбачає вивчення параметрів його функціонування, структури, умов здійснення товарно-грошового обміну, а також зміни цих параметрів у часі, оцінювання стану внутрішнього ринку товарів та його розвитку.

7. Сформовано методологічний підхід до забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів, що включає теоретичну, методичну й практичну компоненти забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів і поєднує понятійно-категоріальний апарат, постулати розвитку системи та принципи забезпечення розвитку, методичні підходи до побудови класифікації ринків, оцінювання стану й розвитку внутрішнього ринку товарів, оцінювання впливу факторів зовнішнього середовища на коефіцієнт розвитку внутрішнього ринку та забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів, що надало змогу науково обґрунтувати напрями вирішення поставленої наукової проблеми й знайшло практичне застосування в розробці системи та стратегії забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів.

8. Обґрунтовано, що система забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів є сукупністю елементів, які тісно взаємодіють між собою, та на цій основі вдосконалено будову системи забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів, яка містить споживчу, формувальну, реалізуючу та підтримувальну частини, кожна з яких спрямована на вирішення окремої проблеми або їх комплексу, притаманних поточному стану внутрішнього ринку товарів, з метою забезпечення його розвитку.

9. Систематизовано статистичні дані щодо стану та розвитку внутрішнього ринку товарів і вдосконалено змістове наповнення інформаційної бази дослідження внутрішнього ринку товарів, згідно з яким інформаційна база має включати дві складові, що призначені для дослідження стану та розвитку внутрішнього ринку товарів, інформація в яких структурована залежно від характеру показників оцінювання, завдяки чому стає можливим виділення блоків інформаційної бази за функціональними, структурними та факторно-зумовленими характеристиками ринку товарів, подання зібраної інформації в найбільш сприятливому вигляді для подальшого дослідження й спрощення процедури оцінювання розвитку внутрішнього ринку товарів.

10. Розроблено методологічний апарат оцінювання стану та розвитку внутрішнього ринку товарів і проведено оцінювання стану й розвитку внутрішнього ринку товарів України, що передбачає органічне поєднання методичних підходів до оцінювання стану внутрішнього ринку товарів і розвитку внутрішнього ринку товарів, які ґрунтуються на використанні широкого кола методів оцінювання та надають змогу врахувати статичний і динамічний аспекти внутрішнього ринку товарів у їхньому взаємозв'язку За

допомогою цього апарату здійснено оцінювання стану та розвитку внутрішнього ринку товарів в Україні за 2008–2018 рр. Відзначено, що стан внутрішнього ринку товарів України в цілому можна вважати прийнятним, але він не є оптимальним, а розвиток внутрішнього ринку товарів у 2008 р. та 2010–2013 рр. був прогресивним. Інші роки характеризувалися негативними змінами. На основі економіко-математичного моделювання доведено прямий взаємозв'язок між приростом узагальнювальних індикаторів стану внутрішнього ринку товарів та відповідними узагальнювальними коефіцієнтами розвитку.

11. Запропоновано методичний підхід до оцінювання впливу факторів зовнішнього середовища на коефіцієнт розвитку внутрішнього ринку, що ґрунтується на використанні комбінованого методу та передбачає сполучення STEP-аналізу, індексного методу, варіаційного, кореляційного аналізу та матричного методу, і надає змогу визначити пріоритетність урахування окремих факторів зовнішнього середовища з погляду забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів. За результатами оцінювання впливу зовнішніх факторів на розвиток внутрішнього ринку товарів побудовано матрицю пріоритетності факторів зовнішнього середовища та встановлено, що серед економічних факторів зовнішнього середовища заслуговують на увагу такі, як внутрішнє виробництво товарів, зайнятість населення, енергетична незалежність, інвестиційна активність та екологізація економіки.

12. Запропоновано дескриптивну модель забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів, яка відображає його етапи з притаманними їм методами та результатами, що можуть бути досягнуті завдяки їх виконанню, і надає змогу найбільш точно відтворити сутність забезпечення розвитку як багатоітераційного процесу, кінцевою метою якого є досягнення запланованої зміни коефіцієнтів розвитку внутрішнього ринку товарів, що надасть змогу покращити його стан у майбутньому.

13. Розроблено послідовність прогнозування коефіцієнтів розвитку внутрішнього ринку товарів, яка ґрунтується на використанні методів ковзної середньої та аналітичного вирівнювання, надаючи змогу врахувати при визначенні прогнозних значень коефіцієнтів розвитку внутрішнього ринку товарів вплив факторів зовнішнього середовища, та на її основі здійснено прогнозування коефіцієнтів розвитку внутрішнього ринку товарів. За результатами прогнозування розвитку та стану внутрішнього ринку товарів, встановлено, що за песимістичним сценарієм інтегральний коефіцієнт розвитку може знизитись на 0,120 пункту, а при оптимістичному – зрости на 0,043 пункту. Інтегральний індикатор стану внутрішнього ринку товарів може знизитись за песимістичним сценарієм на 0,134 пункту, а за оптимістичним – зрости на 0,027 пункту. Досягнута зміна інтегрального коефіцієнта розвитку та індикатора стану буде залежати від вибору стратегії забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів.

14. Обґрунтовано методичний підхід до забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів, що включає формування системи забезпечення, а також розробку та реалізацію стратегії забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів, вибір виду якої надає змогу на основі врахування показників стратегічного орієнтування прийняти обґрунтоване рішення щодо визначення стратегічних ініціатив, реалізація яких дозволить досягти запланованої зміни коефіцієнтів розвитку та поставлених цілей забезпечення. Встановлено, що домінантним вектором є забезпечення розвитку на основі зміни показників, які відображають функціональні характеристики внутрішнього ринку товарів, а умовно-домінантними – забезпечення розвитку за рахунок зміни структурних та факторно-зумовлених характеристик.

15. Запропоновано використання показників стратегічного орієнтування за векторами розвитку, що враховують відстань від передового рубежу та бар'єр подолання ризику й надають змогу обрати стратегію забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів. Доведено, що відповідно до розподілу векторів забезпечення за домінуванням потрібно обирати функціональну стратегію забезпечення розвитку внутрішнього ринку абсолютного домінування.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Монографії

1. Мардус Н. Ю. Методологія забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів за умов відкритості національної економіки: монографія. Дніпро: Гельветика, 2018. 376 с. (21,86 д. а.)

2. Mardus N., Brik S. Business analytical and estimation of the state of the internal market of foods. *Scientific development and achievements*: coll. monogr. London, United Kingdom, 2018. Vol. 2. P. 88–102. *Особистий внесок здобувачки: обґрунтовано розподіл коефіцієнтів зміни окремих показників внутрішнього ринку товарів з урахуванням інформаційної орієнтованості показників та визначено метод розрахунку.* (0,84/0,5 д. а.)

Статті в наукових фахових виданнях

3. Мардус Н. Ю. Теоретичні та методичні підходи до визначення економічної сутності ринку як економічної категорії. *Проблеми економіки = The problems of economy*. 2017. № 4. С. 325–329. (*Ulrichsweb Global Serials Directory, Ulrichsweb TM, Research Papers in Economics, RePEc, Index Copernicus, Directory of Open Access Journals, Directory of Open Access Journals (DOAJ), EBSCOhost, CiteFactor, Academic Journals Database (Швейцарія), Scientific Indexing Services, Advanced Science Index, Open Academic Journals Index, GetInfo (Німеччина), BASE (Німеччина), OpenAIRE (ЄС), WorldCat, SUNCAT Union Catalogue (Велика Британія), COPAC Union Catalogue (Велика Британія), J-Gate (Індія), Directory of Research Journals Indexing, Академія Google (США), Research Bible (Японія)*). (0,9 д. а.)

4. Мардус Н. Ю. Розуміння ринку і його класифікація за ознаками. *Економічний простір* : зб. наук. пр. Дніпро : ПДАБА. 2017. № 126. С. 61–70. (*Index Copernicus, Google Scholar*). (0,83 д. а.)
5. Мардус Н. Ю. Формування категоріально-понятійного апарату визначення внутрішнього ринку. *Причорноморські економічні студії*. 2017. Вип. 24. С. 46–49. (*Index Copernicus*). (0,71 д. а.)
6. Мардус Н. Ю. Методичний підхід до оцінки розвитку внутрішнього ринку товарів. *Проблеми економіки*. 2018. № 2. С. 98–104. (*Ulrichsweb Global Serials Directory, Ulrichsweb™, Research Papers in Economics, RePEc (Research Papers in Economics), Index Copernicus, Directory of Open Access Journals, Directory of Open Access Journals (DOAJ), EBSCOhost, CiteFactor, Academic Journals Database (Швейцарія), Scientific Indexing Services, Advanced Science Index, Open Academic Journals Index, GetInfo (Німеччина), BASE (Німеччина), OpenAIRE (ЄС), WorldCat, SUNCAT Union Catalogue (Велика Британія), COPAC Union Catalogue (Велика Британія), J-Gate (Індія), Directory of Research Journals Indexing, Академія Google (США), Research Bible (Японія)*). (0,8 д. а.)
7. Мардус Н. Ю. Внутрішній ринок товарів і його елементи. *Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка = Odesa National University Herald. Ser.: Economy*. 2017. Т. 22. Вип. 11 (64). С. 83–87. (*Index Copernicus, Google Scholar*). (0,83 д. а.)
8. Мардус Н. Ю. Процес товарно-грошових відносин у концепції дослідження внутрішнього ринку товарів. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2018. Вип. 17. Ч. 1. С. 149–153. (*Index Copernicus International*). (0,8 д. а.)
9. Мардус Н. Ю. Методологічний базис забезпечення внутрішнього ринку товарів. *Економічний форум*. Луцьк, 2018. Вип. 2/2018. С. 33–38. (*Ulrich's Periodicals Directory, РІНЦ, Index Copernicus*). (0,77 д. а.)
10. Мардус Н. Ю. Концепція дослідження внутрішнього ринку товарів. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2018. Вип. 1 (63). С. 40–45. (*Index Copernicus, Google Scholar*). (0,79 д. а.)
11. Мардус Н. Ю. Систематизація принципів забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. Херсон : Херсонський державний університет, 2018. Вип. 29. Ч. 1. С. 106–109. (*Index Copernicus, Google Академія*). (0,7 д. а.)
12. Мардус Н. Ю. Формування основних компонентів бази забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів. *Інноваційна економіка*. 2018. № 1–2 (73). С. 36–40. (*РІНЦ, Index Copernicus*). (0,84 д. а.)
13. Мардус Н. Ю. Формування системи забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2018. № 5 (104). С. 22–28. (*Index Copernicus International*). (0,83 д. а.)

14. Мардус Н. Ю. Відповідність принципів забезпечення складникам системи забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів, систематизація і групування її властивостей. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент* : зб. наук. пр. Одеса : МГУ, 2018. Вип. 30. С. 23–26. (*Index Copernicus, Google Scholar*). (0,75 д. а.)
15. Мардус Н. Ю. Аналітика кількісних та якісних параметрів функціонування внутрішнього ринку товарів. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2018. № 2 (101). С. 26–34. (*Index Copernicus International*). (0,8 д. а.)
16. Мардус Н. Ю. Оцінка стану внутрішнього ринку товарів на основі показників функціонального та структурного характеру. *Причорноморські економічні студії*. Одеса : ПУ «Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій», 2018. Вип. 31/2018. С. 26–31. (*Index Copernicus: Indexed in the ICI Journal Master List*). (0,8 д. а.)
17. Мардус Н. Ю. Визначення місткості внутрішнього ринку товарів. *Бізнес-навігатор*. Херсон : ПВНЗ «Міжнародний університет бізнесу і права», 2018. Вип. 3–1 (46). С. 74–79. (*Index Copernicus*). (0,8 д. а.)
18. Мардус Н. Ю. Оцінка стану внутрішнього ринку товарів на основі показників факторно-обумовлюючого характеру. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. Херсон : Херсонський державний університет, 2018. Вип. 31/2018. С. 44–48. (*Index Copernicus, Google Академія*). (0,8 д. а.)
19. Верхоглядова Н. І., Мардус Н. Ю. Дослідження структурних змін оптового товарообороту на внутрішньому ринку товарів. *Проблеми системного підходу в економіці*. Київ : Національний авіаційний університет, 2018. Вип. 3 (65). С. 29–35. (*Index Copernicus, Google Scholar*). (Особистий внесок здобувачки: сформовано інформаційно-аналітичну базу щодо визначення стратегічних орієнтирів розвитку внутрішнього ринку товарів). (0,8/0,45 д. а.)
20. Мардус Н. Ю. Формування методичного апарату до оцінки внутрішнього ринку товарів. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2018. Вип. 20 (2). С. 111–114. (*Index Copernicus International*). (0,8 д. а.)
21. Мардус Н. Ю. Оцінка впливу соціального та інформаційно-технологічного фактору на розвиток внутрішнього ринку товарів. Науковий погляд: економіка та управління. *Вісник Академії митної служби України. Серія: Економіка*. Дніпро : Дніпропетровська державна фінансова академія, 2018. Вип. 1 (59). С. 57–64. (*Index Copernicus: Indexed in the ICI Journal Master List*). (0,8 д. а.)
22. Мардус Н. Ю. Оцінка впливу економічного та політичного фактору на розвиток внутрішнього ринку товарів. *Інтелект XXI*. 2018. Вип. 5/2018. С. 71–75. (*Index Copernicus*). (0,8 д. а.)

23. Мардус Н. Ю. Прогнозування розвитку внутрішнього ринку товарів. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство* : зб. наук. пр. Ужгород : УжНУ, 2019. Вип. 23. Ч. 2. С. 5–9. (*Index Copernicus*). (0,8 д. а.)
24. Мардус Н. Ю. Прогноз зміни зовнішніх факторів факторно-обумовлюючого характеру щодо забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів. *Причорноморські економічні студії*. 2019. Вип. 37/2019. С. 34–39. (*Index Copernicus*). (0,8 д. а.)
25. Мардус Н. Ю. Визначення виду стратегії забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів. *Бізнес-навігатор*. Херсон : ПВНЗ «Міжнародний університет бізнесу і права». 2019. Вип. 1. С. 34–38. (*Index Copernicus*). (0,8 д. а.)
26. Мардус Н. Ю. Дескриптивна модель забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів. *Інтелект XXI*. 2019. № 1'2019. С. 51–56. (*Index Copernicus*). (0,8 д. а.)
27. Верхоглядова Н. І., Мардус Н. Ю. Розвиток інфраструктури внутрішнього ринку. *Економіка і регіон. Науковий вісник Полтавського національного технічного університету імені Юрія Кондратюка*. Полтава : ПолтНТУ, 2018. № 2 (69). С. 10–18. doi: [https://doi.org/10.26906/eip.2018.2\(69\).1160](https://doi.org/10.26906/eip.2018.2(69).1160). *Особистий внесок здобувачки: сформовано змістовне наповнення інформаційної бази дослідження внутрішнього ринку товарів*. (0,84/0,5 д. а.)
28. Мардус Н. Ю. Дослідження прогресивності змін в структурі роздрібного товарообороту на внутрішньому ринку товарів. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. Київ : Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського, 2018. Т. 29 (68). № 3. С. 16–21. (0,8 д. а.)
29. Мардус Н. Ю. Формування класифікації товарів з позиції макроекономіки. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2018. № 1. Т. 29 (68). С. 16–20. (0,71 д. а.)
30. Верхоглядова Н. І., Мардус Н. Ю. Постулати розвитку об'єктів і систем та відповідність цим постулатам процесів, що протікають на внутрішньому ринку товарів. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2018. Вип. 1. С. 44–49. *Особистий внесок здобувачки: запропоновано класифікацію видових проявів розвитку та доповнено класифікаційною ознакою «основа для забезпечення»*. (0,88/0,44 д. а.)
31. Мардус Н. Ю. Формування моделі щодо прогнозування стану внутрішнього ринку товарів. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. Київ : Таврійський національний університет ім. В. І. Вернадського, 2018. Т. 29 (68). № 4. С. 59–63. (0,8 д. а.)

32. Мардус Н. Ю. Аналіз елементів ринкової інфраструктури. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. Запоріжжя : Запорізька державна інженерна академія, 2018. Вип. 3 (15). С. 38–44. (0,8 д. а.)
Праці апробованого характеру та які додатково відображають наукові результати дослідження
33. Мардус Н. Ю. Особливості дослідження внутрішнього ринку товарів. *Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я* : тези доповідей XXV Міжнар. наук.-практ. конф. MicroCAD-2018. *Економіка, менеджмент та міжнародний бізнес*: секція № 14а (Харків, 16–18 травня 2018 р.). Харків : НТУ «ХП», 2018. С. 198. (0,042 д. а.)
34. Мардус Н. Ю. Теоретичні засади дослідження внутрішнього ринку товарів. *A Modern Vectors of Development* : II International scientific conference Economy and Society (Leipzig, 27 April 2018). Leipzig, Germany : Baltija Publishing, 2018. . Part II. P. 60–62. (0,17 д. а.)
35. Мардус Н. Ю. Теоретичні і методичні підходи до дослідження внутрішнього ринку товарів. *Європейський вектор модернізації економіки: креативність, прозорість та сталий розвиток* : матеріали X Ювілейної Міжнар. наук.-практ. конф. (Харків, 18–19 квітня 2018 р.). Харків : ХНУБА, 2018. Ч. 2. С. 32–35. (0,17 д. а.)
36. Мардус Н. Ю. Інформаційна база дослідження розвитку внутрішнього ринку товарів. *Актуальні проблеми економіки та менеджменту* : зб. матеріалів IV Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Запоріжжя, 23 серпня 2018 р.). Запоріжжя : ГО «СІЕУ», 2018. С. 33–35. (0,125 д. а.)
37. Мардус Н. Ю. Принципи забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів і їх систематизація. *Бізнес, цифрові інновації та підприємництво: стан, аналіз тенденцій та науково-економічний розвиток* : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (Львів, 22 грудня 2018 р.). Львів : ЛЕФ, 2018. С. 46–48. (0,125 д. а.)
38. Мардус Н. Ю. Побудова системи забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів. *Стратегічні напрями інноваційного розвитку економіки країни: перспективи та ефективність* : зб. тез наукових робіт учасників Міжнар. наук.-практ. конф. для студентів, аспірантів та молодих учених (Київ, 22 грудня 2018 р.). Київ : Аналітичний центр «Нова економіка», 2018. С. 22–25. (0,17 д. а.)
39. Мардус Н. Ю. Формування методологічного апарату оцінки стану розвитку та розвитку забезпечення внутрішнього ринку товарів. *Аналіз сучасних підходів до ефективного використання потенціалу економіки країни* : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (Дніпро, 19 січня 2019 р.). Дніпро : НО «Перспектива», 2019. Ч. 1. С. 49–53. (0,17 д. а.)
40. Мардус Н. Ю. Побудова моделі щодо прогнозування зміни стану внутрішнього ринку товарів. *Сучасні методи розвитку бізнесу: національна та міжнародна практика* : зб. тез наукових робіт учасників Всеукр. наук.-практ. конф. (Одеса, 9 лютого 2019 р.) / ГО «Центр економічних досліджень та розвитку». Одеса : ЦЕДР, 2019. С. 18–21. (0,17 д. а.)

41. Мардус Н. Ю. Дослідження впливу структурних зрушень на внутрішньому ринку товарів з метою визначення прогресивності змін в структурі товарообороту. *Економіка, облік, фінанси, управління і право: теоретичні підходи та практичні аспекти розвитку*: зб. тез доповідей Міжнар. наук.-практ. конф. (Полтава, 16 лютого 2019 р.): у 4 ч. Полтава: ЦФЕНД, 2019. Ч. 2. С. 20–21. (0,083 д. а.)

42. Мардус Н. Ю. Прогнозування забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів. *Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах*: матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. (Тернопіль, 5 квітня 2019 р.). Тернопіль: ФОП Паляниця В. А., 2019. С. 29–31. (0,125 д. а.)

АНОТАЦІЯ

Мардус Н. Ю. Стратегічні орієнтири забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук за спеціальністю 08.00.03 – економіка та управління національним господарством. – Класичний приватний університет, Запоріжжя, 2020.

Дисертація присвячена обґрунтуванню теоретико-методологічних засад функціонування внутрішнього ринку товарів та забезпечення його розвитку, визначенню основних тенденцій і суперечностей цих процесів.

Надано сутнісну характеристику ринку як економічної категорії та його класифікацію, сформовано понятійно-категоріальний апарат дослідження. Запропоновано концепцію дослідження внутрішнього ринку товарів, яка сформована на поєднанні статичного та динамічного аспектів вивчення внутрішнього ринку товарів. Описано теоретичні засади розвитку та його видових проявів на внутрішньому ринку товарів. На основі опрацювання теоретичних досліджень науковців визначено постулати розвитку соціально-економічних систем. Удосконалено класифікацію видів розвитку, в якій класифікаційні ознаки розташовано згідно з їх відповідністю постулатам розвитку, та доповнено їх перелік класифікаційною ознакою «базис забезпечення змін». Запропоновано методологію забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів та розглянуто систему забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів. Сформовано сукупність принципів забезпечення розвитку внутрішнього ринку, визначено змістовне наповнення інформаційної бази дослідження внутрішнього ринку товарів, здійснено збір та аналітичну обробку даних щодо кількісних та якісних параметрів функціонування внутрішнього ринку товарів, структури та структурних зрушень на внутрішньому ринку товарів, умов здійснення товарно-грошових операцій.

Розроблено методологічний апарат оцінювання стану та розвитку внутрішнього ринку товарів. Розроблено дескриптивну модель забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів. Практичне застосування отриманих наукових результатів надає змогу прийняти обґрунтоване рішення щодо досягнення запланованої зміни коефіцієнтів розвитку та поставлених цілей забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів в цілому.

Ключові слова: національна економіка, функціонування, розвиток, внутрішній ринок товарів, оцінювання, дескриптивна модель, прогнозування, забезпечення, показники стратегічного орієнтування, стратегія забезпечення.

АННОТАЦИЯ

Мардус Н. Ю. Стратегические ориентиры обеспечения развития внутреннего рынка товаров. – Квалификационная научная работа на правах рукописи.

Диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук по специальности 08.00.03 – экономика и управление национальным хозяйством. – Классический приватный университет, Запорожье, 2020.

Диссертация посвящена обоснованию теоретико-методологических основ функционирования внутреннего рынка товаров и обеспечения его развития, определению основных тенденций и противоречий этих процессов.

Представлена характеристика сущности рынка как экономической категории, сформирован категориально-понятийный аппарат исследования внутреннего рынка товаров. Установлена взаимосвязь между понятиями «рынок», «внутренний и внешний рынок», «товарный рынок» и понятиями других видов рынка. Предложена концепция исследования внутреннего рынка товаров, которая сформирована в результате объединения статического и динамического аспектов исследования внутреннего рынка товаров. Описаны теоретические основы развития и его видовых проявлений на внутреннем рынке товаров. На основе анализа теоретических исследований ученых обоснованы постулаты развития социально-экономических систем. Усовершенствована классификация видов развития, в которой классификационные признаки расположены согласно их соответствию постулатам развития, предложен дополнительный классификационный признак «базис обеспечения изменений». Разработаны методология и система обеспечения развития внутреннего рынка товаров. Сформирована совокупность принципов обеспечения развития внутреннего рынка, информационная база исследования внутреннего рынка товаров, проведены сбор и аналитическая обработка данных, характеризующих количественные и качественные параметры функционирования внутреннего рынка товаров.

Сформирована дескриптивная модель обеспечения развития внутреннего рынка товаров. Практическое применение полученных научных результатов

позволяет принять обоснованные решения для достижения запланированного изменения коэффициентов развития и поставленных целей обеспечения развития внутреннего рынка товаров в целом.

Ключевые слова: национальная экономика, функционирование, развитие, внутренний рынок товаров, оценка, дескриптивная модель, прогнозирование, обеспечение, показатели стратегического ориентирования, стратегия обеспечения.

SUMMARY

Mardus N. Yu. Strategic guidelines for ensuring the development of the domestic market of goods. – Qualified scientific work on the rights of the manuscript.

Thesis for a Doctor of Economics degree by specialty 08.00.03 – Economics and Management of National Economy. – Classic Private University, Zaporizhzhia, 2020.

The dissertation is devoted to substantiation of theoretical and methodological bases of functioning of the internal market of the goods and maintenance of its development, definition of the basic tendencies and contradictions of these processes.

The essential characteristic of the market as an economic category and its classification is given in the work, the categorical-conceptual apparatus of research is formed.

The concept of research of the internal market of the goods which is formed on a combination of static and dynamic aspects of research of the internal market of the goods is offered. Theoretical principles of development and its species manifestations in the domestic market of goods are described. On the basis of elaboration of theoretical researches of scientists the postulates of development of social and economic systems are defined. The classification of types of development has been improved, in which the classification features are arranged according to their compliance with the postulates of development, and their list has been supplemented with the classification feature «basis for ensuring change». The methodology of ensuring the development of the internal market of goods is proposed and the system of ensuring the development of the internal market of goods is considered.

A set of principles for ensuring the development of the domestic market, determined the content of the information base of the domestic market of goods, collected and analytical data processing on quantitative and qualitative parameters of the domestic market of goods, structure and structural changes in the domestic market of goods, conditions of commodity-money transactions.

A methodological apparatus for assessing the state and development of the domestic market of goods has been developed. The method of passive identification was used to form the initial data set and to assess the state of the domestic market of goods in Ukraine in recent years. Based on the STEP-analysis, a list of external

factors influencing the development of the domestic market of goods is formed and key indicators by groups of factors are selected. An approach to assessing the impact of external factors on the development of the internal market of goods has been developed and tested, forecasting of internal market development indicators has been carried out and a strategy for its provision has been developed. The necessity of the choice in ensuring the development of the internal market of the strategy of absolute dominance of the change of functional characteristics within which the indicators of strategic orientation according to the vectors of development are determined is substantiated.

A descriptive model of ensuring the development of the domestic market of goods has been developed, on the basis of which a methodological approach to ensuring the development of the domestic market of goods has been developed. The practical application of the obtained scientific results allows to make an informed decision on achieving the planned change of development coefficients and the set goals of ensuring the development of the domestic market of goods as a whole.

Key words: national economy, functioning, development, internal market of goods, estimation, descriptive model, forecasting, providing, indicators of strategic orientation, strategy of providing.

МАРДУС НАТАЛІЯ ЮРІЇВНА

**СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО РИНКУ ТОВАРІВ**

08.00.03 – економіка та управління
національним господарством

АВТОРЕФЕРАТ

дисертації на здобуття наукового ступеня
доктора економічних наук

Підписано до друку 15.10.2020.

Формат 60×84/16. Папір офсетний. Цифровий друк. Гарнітура Times.
Умовн.-друк. арк. 1,8. Обл.-вид. арк. 1,8. Наклад 150 пр. Зам. № 28-2020/21АБ.

Видавець та виготовлювач
Класичний приватний університет
69002, м. Запоріжжя, вул. Жуковського, 70Б

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 3321 від 25.11.2008