

МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНКИ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО РИНКУ ТОВАРІВ

© 2018 МАРДУС Н. Ю.

УДК 339.1

JEL Classification: B410; O14; O18

Мардус Н. Ю.

Методичний підхід до оцінки розвитку внутрішнього ринку товарів

Метою статті є дослідження формування методичного підходу до оцінки характеру розвитку внутрішнього ринку товарів, який поєднує в собі методи оцінювання стану внутрішнього ринку товарів і методи оцінювання розвитку внутрішнього ринку товарів, передбачені відповідними методичними підходами. Для досягнення мети було досліджено методологічний апарат, який поєднує в собі методи оцінювання стану внутрішнього ринку товарів і методи оцінювання розвитку внутрішнього ринку товарів, передбачені відповідними методичними підходами. Методичний підхід до оцінки розвитку внутрішнього ринку товарів передбачає здійснення декількох етапів. Серед них першим етапом є формування із застосуванням методу міжсистемної відповідності відповідно до системи коефіцієнтів розвитку внутрішнього ринку товарів показників оцінки стану, що містяться в інформаційній базі. За другим блоком показників оцінки структурного характеру пропонується визначити показники оцінки структури за товарними групами та показники оцінки структури за суб'єктами. За третім блоком пропонується визначити показники оцінки розвиненості інфраструктури. З цією метою використовується метод систематизації даних, що містяться в інформаційній базі для оцінки стану внутрішнього ринку, що дозволяє впорядкувати показники та розподілити на три основні блоки: показники оцінки функціонального характеру; показники оцінки структурного характеру; показники оцінки факторів, що обумовлюють характер. Обґрунтовано розподіл показників оцінки стану внутрішнього ринку з урахуванням їхньої інформаційної різноманітності. Сформовано методичний підхід до оцінки стану внутрішнього ринку товарів, який передбачає формування системи показників оцінки стану внутрішнього ринку товарів з метою використання методу систематизації даних, які містяться в інформаційній базі, для оцінки стану внутрішнього ринку товарів і оцінки його розвитку. Перспективами подальших досліджень у цьому напрямі є оцінка розвитку внутрішнього ринку товарів, що базується на пропонованому у статті методичному підході оцінки розвитку внутрішнього ринку товарів.

Ключові слова: внутрішній ринок, розвиток, методичний підхід, індикатор, коефіцієнт.

Рис.: 2. **Табл.:** 2. **Формул.:** 2. **Бібл.:** 12.

Мардус Наталія Юрїївна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економічного аналізу та обліку, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» (вул. Кирпичова, 2, Харків, 61002, Україна)

E-mail: Nat_ua@ukr.net

ORCID: 0000-0001-8551-1544

УДК 339.1

JEL Classification: B410; O14; O18

Мардус Н. Ю. Методический подход к оценке развития внутреннего рынка товаров

Целью статьи является исследование формирования методического подхода к оценке характера развития внутреннего рынка товаров, который сочетает в себе методы оценки состояния внутреннего рынка товаров и методы оценки развития внутреннего рынка товаров, предусмотренные соответствующими методическими подходами. Для достижения цели исследования был исследован методологический аппарат, сочетающий в себе методы оценки состояния внутреннего рынка товаров и методы оценки развития внутреннего рынка товаров, предусмотренные соответствующими методическими подходами. Методический подход к оценке развития внутреннего рынка товаров предусматривает осуществление нескольких этапов. Среди них первым этапом является формирование с применением метода межсистемного соответствия согласно системе коэффициентов развития внутреннего рынка товаров показателей оценки состояния, содержащихся в информационной базе. По второму блоку показателей оценки структурного характера предлагается определять показатели оценки структуры по товарным группам и показатели оценки структуры по субъектам. По третьему блоку предлагается определять показатели оценки развитости инфраструктуры. С этой целью используется метод систематизации данных, содержащихся в информационной базе для оценки состояния внутреннего рынка, что позволяет упорядочить показатели и разделить на три основных блока: показатели оценки функционального характера; показатели оценки структурного характера; показатели оценки факторов, обуславливающих характер. В результате обосновано

UDC 339.1

JEL Classification: B410; O14; O18

Mardus N. Yu. A Methodological Approach to Assessing the Development of the Internal Market for Goods

The aim of the article is to study the formation of a methodological approach to assessing the development character of the internal market for goods, which combines methods for assessing the state of the internal market for goods and methods for assessing the development of the internal market for goods, as provided by appropriate methodological approaches. To achieve the goal of the research, there studied the methodological apparatus that combines methods for assessing the state of the internal market for goods and methods for assessing the development of the internal market for goods, as provided by appropriate methodological approaches. A methodological approach to assessing the development of the internal market for goods involves several stages. Among them, the first stage is the formation of indicators for assessing the state that are contained in the information base, with using the method of inter-system conformity, based on the system of coefficients of development of the internal market for goods. Regarding the second block of indicators used for assessing the structural character, it is proposed to determine the indicators for assessing the structure by commodity groups and the indicators for assessing the structure by entities. As to the third block, it is proposed to determine the indicators for assessing the infrastructure development. For this purpose, there used a method to systematize the data contained in the information base for assessing the state of the internal market, which allows to order the indicators and divide them into three main blocks: indicators for assessing the functional character; indicators for assessing the structural character; indicators for assessing factors that determine the character. As a result, the distribution of indicators

распределение показателей оценки состояния внутреннего рынка с учетом их информационной разнородности. В статье сформирован методический подход к оценке состояния внутреннего рынка товаров, предусматривающий формирование системы показателей оценки состояния внутреннего рынка товаров с использованием метода систематизации данных, содержащихся в информационной базе, для оценки состояния внутреннего рынка товаров и оценки его развития. Перспективами дальнейших исследований в данном направлении является оценка развития внутреннего рынка товаров, основанного на предлагаемом в статье методическом подходе оценки развития внутреннего рынка товаров.

Ключевые слова: внутренний рынок, развитие, методический подход, индикатор, коэффициент.

Рис.: 2. **Табл.:** 2. **Формул.:** 2. **Библ.:** 12.

Мардус Наталья Юрьевна – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономического анализа и учета, Национальный технический университет «Харьковский политехнический институт» (ул. Кирпичёва, 2, Харьков, 61002, Украина)

E-mail: Nat_ua@ukr.net

ORCID: 0000-0001-8551-1544

for assessing the state of the internal market based on their information heterogeneity is justified. In the article there generated a methodological approach to assessing the state of the internal market for goods that implies the formation of a system of indicators for assessing the state of the internal market for goods with the use of the method for systematization of data contained in the information base for assessing the state of the internal market for goods and its development. Prospects for further research in this area are assessing the development of the internal market for goods based on the methodological approach proposed in the article for assessing the development of the internal market for goods.

Keywords: internal market, development, methodological approach, indicator, coefficient.

Fig.: 2. **Tbl.:** 2. **Formulae:** 2. **Bibl.:** 12.

Mardus Nataliia Yu. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economic Analysis and Accounting, National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute» (2 Kyrpychova Str., Kharkiv, 61002, Ukraine)

E-mail: Nat_ua@ukr.net

ORCID: 0000-0001-8551-1544

Вступ. Оцінка стану та розвитку внутрішнього ринку потребує розробки відповідного методологічного апарату, який поєднує в собі методи оцінювання стану внутрішнього ринку товарів і методи оцінювання розвитку внутрішнього ринку товарів.

Вивчення будь-яких процесів або явищ необхідно розпочинати з їх оцінки стану та розвитку. Оцінка стану внутрішнього ринку товарів і його розвитку передбачає створення методологічного апарату.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання методологічного забезпечення внутрішнього ринку є актуальними і розглядаються у дослідженнях багатьох економістів-науковців. Варто зауважити, що автори в своїх дослідженнях *грунтуються* на створенні методологічного апарату оцінки стану та розвитку внутрішнього ринку виходячи з методичних підходів щодо видів забезпечення розвитку, а також зупиняючись на дослідженні одного або кількох видів забезпечення залежно від того, що є елементом (об'єктом) дослідження внутрішнього ринку товарів, а саме: ресурси [1] (Полянська А., Погріщук Б., Погріщук Г.), фінанси (Зятковський І., Гудзь О., Опарін В.), інвестиції (Гуторов О., Калашніков О., Кісіль М., Коденська М., Костромін Г., Круп'як Л., Круп'як І., Кошельник В., Мананенко І., Однорог М., Шилова О.), інституційно-правова діяльність (Горіна Г., Шмига О.), маркетингове забезпечення (Боровик Т., Копитко В.), інфраструктурне забезпечення (Шмига О., Паризький І.), структурно-інституціональне забезпечення (Точилін В., Осташко Т., Пустовойт О. та ін. [2], Катран М. [3], Уманців Ю. [3; 4], Лагутін В., Герасименко А. [4] та ін.). Значна кількість досліджень свідчить про достатність і глибину сучасної наукової думки з питань забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів. Як видно з проведеної систематизації, найбільша кількість авторів приділяє увагу методичному підходу до оцінки стану внутрішнього ринку на основі окремого забезпечення. Всі методичні підходи щодо забезпечення внутрішнього ринку товарів дали змогу отримати методологічний базис забезпечення розвитку внутрішнього ринку та створення методичного підходу до оцінки стану та розвитку внутрішнього ринку товарів, що і потребує подальшого дослідження.

Метою дослідження є формування методичного підходу до оцінки характеру розвитку внутрішнього ринку товарів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Як вже було зазначено вище, оцінка стану та розвитку внутрішнього ринку потребує розробки відповідного методологічного апарату, який поєднує в собі методи оцінювання стану внутрішнього ринку товарів і методи оцінювання розвитку внутрішнього ринку товарів, передбачені відповідними методичними підходами (табл. 1).

Методичний підхід передбачає здійснення декількох етапів. Серед них першим етапом є формування системи показників оцінки стану внутрішнього ринку товарів, яка має враховувати дані, що містяться в інформаційній базі. З цією метою використовується метод систематизації даних, що містяться в інформаційній базі для оцінки стану внутрішнього ринку, що дозволяє впорядкувати показники та згрупувати їх.

Запропоновано всі показники оцінки стану внутрішнього ринку товарів розподілити на три основні блоки:

- показники оцінки функціонального характеру;
- показники оцінки структурного характеру;
- показники оцінки факторів, що обумовлюють характер.

В рамках першого блоку пропонується визначити такі групи:

- показники оцінки об'ємно-цінових параметрів (обсяг оптового товарообороту, обороту роздрібною торгівлі, роздрібного товарообороту та обсягу внутрішнього ринку з інфляційним корегуванням).

Тобто всі показники, які мають вартісний характер, пропонується перевести у ціни базисного періоду (2008 року), що дозволить отримати результати оцінки стану внутрішнього ринку з урахуванням одразу двох його параметрів – обсягів і цін на товари;

- показники оцінки рівномірності розподілу товарообороту (оптового товарообороту, обороту роздрібною торгівлі та роздрібного товарообороту) за регіонами. Серед показників, що характеризують рівномірність розподілу, пропонується

Таблиця 1

Методологічний апарат оцінки стану та розвитку внутрішнього ринку

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

Джерело: сформовано автором на основі [2–10]

використовувати коефіцієнти варіації за кожним видом обороту товарів.

За другим блоком показників оцінки структурного характеру пропонується визначати:

- показники оцінки структури за товарними групами (питома вага в оптовому та роздрібному товарообороті непродовольчих товарів);
- показники оцінки структури за суб'єктами (питома вага в оптовому та роздрібному товарообороті товарів вітчизняного виробництва – структура за виробником, питома вага в обсязі внутрішнього ринку інвестиційних товарів – структура за цілями споживача).

За третім блоком пропонується визначати:

- показники оцінки розвиненості інфраструктури (основної – кількість оптових підприємств, кількість бірж, кількість об'єктів роздрібно торгівлі, кількість і торгова площа магазинів, кількість напівстаціонарних об'єктів торгівлі, кількість ринків, забезпеченість населення об'єктами торгівлі та торговою площею; обслуговуючої – кількість підприємств за видами економічної діяльності, послугами яких можуть користуватися торговельні підприємства – транспорту, складського господарства, поштової та кур'єрської діяльності, фінансової та страхової діяльності, інформації та комунікацій, професійної, наукової та технічної діяльності, адміністративного та допоміжного обслуговування, освіти);
- показники оцінки конкурентних умов (питома вага ринків з конкурентною структурою, рівень конкуренції);
- показники оцінки регулятивного впливу держави (оцінка України згідно з рейтингом Doing Business

за його складовими – реєстрація підприємств, отримання дозволів на будівництво, підключення до системи електропостачання, реєстрація власності, отримання кредитів, захист міноритарних інвесторів, оподаткування, міжнародна торгівля, забезпечення виконання контрактів, відновлення платоспроможності).

За показниками, що включено до системи оцінки стану внутрішнього ринку методом пасивної ідентифікації, що передбачає фіксацію значень оціночних параметрів без втручання дослідника в процес функціонування об'єкта вивчення, має здійснюватися формування вихідного масиву даних.

Зважаючи на те, що до системи показників оцінки стану внутрішнього ринку товарів входять різнопланові показники, що мають різні одиниці вимірювання, виникає необхідність у визначенні нормованих значень. При цьому при розрахунку нормованих значень показників важливо забезпечити їх інформаційну односпрямованість. З цієї метою показники поділяють на стимулятори та дестимулятори.

Зв'язок між інтегральною оцінкою та показником-стимулятором прямий, а із показником-дестимулятором цей зв'язок обернений. Дестимулятори перетворюють на стимулятори за допомогою нормування.

На практиці застосовують різні способи нормалізації. Усі вони ґрунтуються на порівнянні емпіричних значень показника з певною величиною, якою може бути максимальне або мінімальне з досягнутих значення за досліджуваний період.

Таким чином, нормоване значення за показниками, що носять стимулюючий характер, визначатиметься (1):

$$X_i^{\text{норм}} = \frac{X_i}{X_{i\text{max}}}, \quad (1)$$

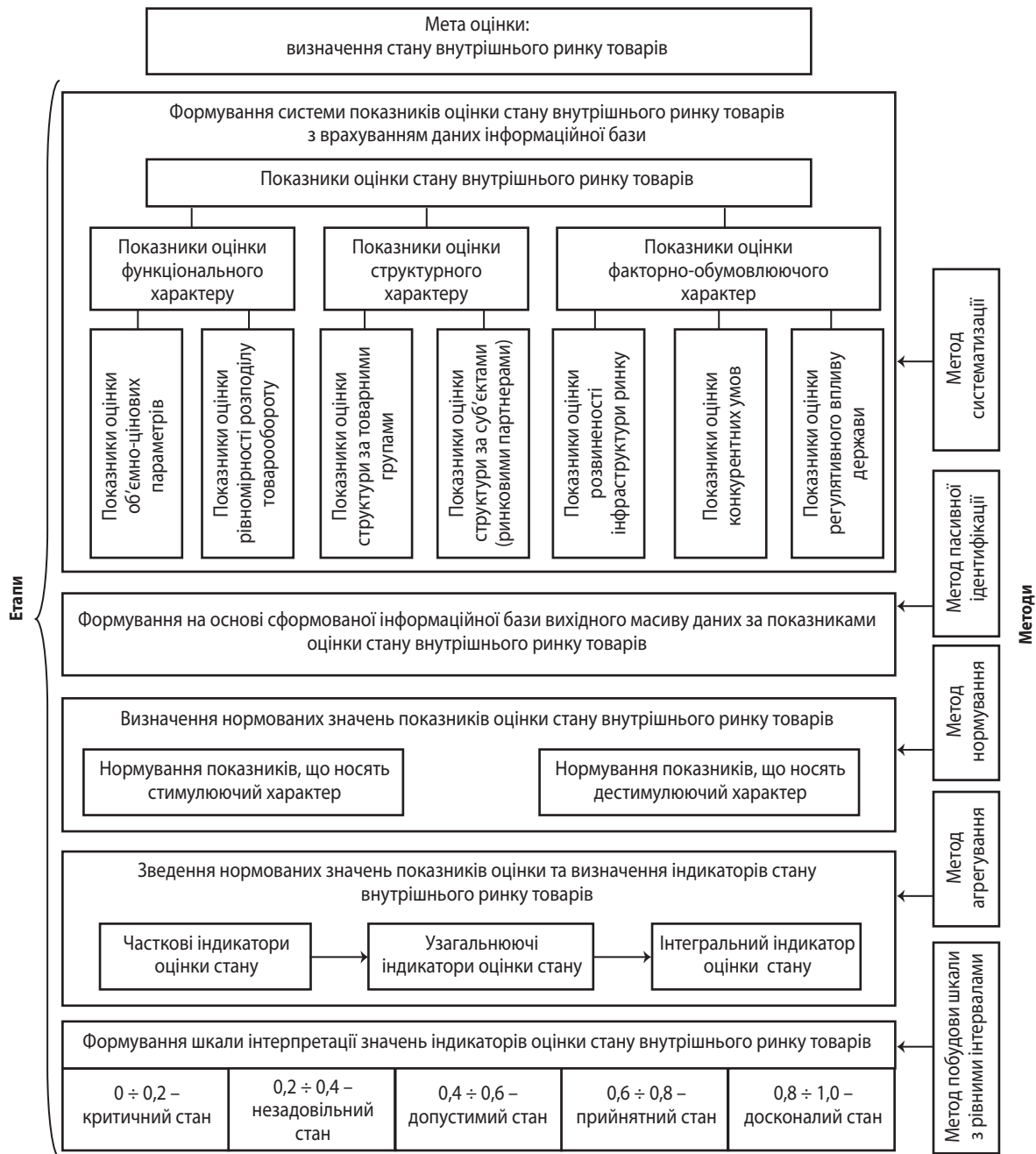


Рис. 1. Методичний підхід до оцінки стану внутрішнього ринку товарів

Джерело: сформовано автором

де $X_i^{норм}$ – нормоване значення за i -м показником оцінки стану внутрішнього ринку товарів;

X_i – статистичне значення за i -м показником оцінки стану внутрішнього ринку товарів;

$X_{i,max}$ – максимальне з досягнутих значень за i -м показником оцінки стану внутрішнього ринку товарів.

Таким чином, нормоване значення за показниками, що мають дестимулюючий характер, визначатиметься (2):

$$X_i^{норм} = \frac{X_{i,min}}{X_i}, \quad (2)$$

де $X_i^{норм}$ – нормоване значення за i -м показником оцінки стану внутрішнього ринку товарів;

X_i – статистичне значення за i -м показником оцінки стану внутрішнього ринку товарів;

$X_{i,min}$ – мінімальне з досягнутих значень за i -м показником оцінки стану внутрішнього ринку товарів.

Розподіл показників оцінки стану внутрішнього ринку з урахуванням їхньої інформаційної різномірності наведено в табл. 2.

На основі нормованих значень шляхом багатокрокового агрегування з використанням середньоарифметичної простої визначаються:

І крок: часткові індикатори оцінки стану внутрішнього ринку, а саме:

Таблиця 2

Розподіл показників оцінки стану внутрішнього ринку

Блок показників	Група показників	Найменування показників	Вид показників
Показники оцінки функціонального характеру	показники оцінки об'ємно-цінових параметрів	обсяг оптового товарообороту, обороту роздрібною торгівлі, роздрібного товарообороту та обсягу внутрішнього ринку з інфляційним корегуванням	показники-стимулятори
	показники оцінки рівномірності розподілу товарообороту	коефіцієнти варіації оптового товарообороту, обороту роздрібною торгівлі та роздрібного товарообороту за регіонами	показники-дестимулятори
Показники оцінки структурного характеру	показники оцінки структури за товарними групами	питома вага в оптовому та роздрібному товарообороті непродовольчих товарів	показники-стимулятори
	показники оцінки структури за суб'єктами	питома вага в оптовому та роздрібному товарообороті товарів вітчизняного виробництва, питома вага в обсязі внутрішнього ринку інвестиційних товарів	показники-стимулятори
Показники оцінки факторів, що обумовлюють характер.	показники оцінки розвиненості основної інфраструктури	кількість оптових підприємств, кількість бірж, кількість об'єктів роздрібною торгівлі, кількість і торгова площа магазинів, кількість напівстаціонарних об'єктів торгівлі, кількість ринків, забезпеченість населення об'єктами торгівлі та торговою площею	показники-стимулятори
	показники оцінки розвиненості обслуговуючої інфраструктури	кількість підприємств за видами економічної діяльності, послугами яких можуть користуватися торговельні підприємства - транспорту, складського господарства, поштової та кур'єрської діяльності, фінансової та страхової діяльності, інформаційної та комунікацій, професійної, наукової та технічної діяльності, адміністративного і допоміжного обслуговування, освіти	показники-стимулятори
	показники оцінки конкурентних умов	питома вага ринків з конкурентною структурою, рівень конкуренції	показники-стимулятори
	показники оцінки регулятивного впливу держави	оцінка України згідно з рейтингом Doing Business за його складовими – реєстрація підприємств, отримання дозволів на будівництво, підключення до системи електропостачання, реєстрація власності, отримання кредитів, захист міноритарних інвесторів, оподаткування, міжнародна торгівля, забезпечення виконання контрактів, відновлення платоспроможності	показники-стимулятори

Джерело: сформовано автором

- частковий індикатор оцінки об'ємно-цінових параметрів IS_{11} ;
- частковий індикатор оцінки рівномірності розподілу товарообороту IS_{12} ;
- частковий індикатор оцінки структури за товарними групами IS_{21} ;
- частковий індикатор оцінки структури за суб'єктами ринку IS_{22} ;
- часткові індикатори оцінки розвиненості інфраструктури – основної IS_{31} та обслуговуючої IS_{31} ;
- частковий індикатор оцінки конкурентних умов IS_{33} ;
- частковий індикатор оцінки регулятивного впливу держави IS_{34} .

II крок – визначення узагальнюючих індикаторів стану за блоками оцінки:

- узагальнюючий індикатор оцінки функціонального характеру:

$$IS_1 = \frac{IS_{11} + IS_{12}}{2};$$

- узагальнюючий індикатор оцінки структурного характеру: $IS_2 = \frac{IS_{21} + IS_{22}}{2};$

- узагальнюючий індикатор оцінки факторів, що обумовлюють характер:

$$IS_3 = \frac{IS_{31} + IS_{32} + IS_{33} + IS_{34}}{4}.$$

III крок – визначення інтегрального індикатора стану внутрішнього ринку товарів: $IS = \frac{IS_1 + IS_2 + IS_3}{3}.$

З метою формування шкали інтерпретації значень індикаторів оцінки стану внутрішнього ринку товарів було використано методи побудови шкали з рівними інтервалами. На основі шкали можна інтерпретувати індикатори оцінки стану внутрішнього ринку товарів від критичного до досконалого [11].

Всі коефіцієнти розвитку внутрішнього ринку товарів відповідно до показників оцінки стану розподілено на три блоки:

- коефіцієнти розвитку функціонального характеру;
- коефіцієнти розвитку структурного характеру;
- коефіцієнти розвитку факторів, що обумовлюють характер.

В рамках першого блоку пропонується визначати такі коефіцієнти:

- коефіцієнти зміни об'ємно-цінових параметрів (коефіцієнти зміни фізичного обсягу оптового товарообороту, обороту роздрібною торгівлі, роздрібною товарообороту та обсягу внутрішнього ринку);
- коефіцієнти зміни рівномірності розподілу товарообороту (коефіцієнти співвідношення між коефіцієнтами варіації оптового товарообороту, обороту роздрібною торгівлі та роздрібною товарообороту за регіонами у досягнутому та попередньому роках).

За другим блоком пропонується визначати:

- коефіцієнти зміни структури за товарними групами (коефіцієнти прогресивності змін структури в оптовому та роздрібному товарообороті за товарними групами);
- коефіцієнт зміни структури за суб'єктами (коефіцієнти прогресивності змін у структурі оптового та роздрібною товарообороту за виробником, коефіцієнт прогресивності змін у структурі обсягів внутрішнього ринку за цілями споживача).

За третім блоком пропонується визначати: коефіцієнти зміни розвиненості інфраструктури (коефіцієнти за показниками стану основної та обслуговуючої інфраструктури внутрішнього ринку); коефіцієнти зміни конкурентних умов (коефіцієнт зміни питомої ваги ринків з конкурентною структурою, коефіцієнт зміни рівня конкуренції); коефіцієнти зміни регулятивного впливу держави (коефіцієнти зміни оцінки України згідно з рейтингом Doing Business за його складовими (рис. 2).

Якщо досягнутий рівень відібраних показників оцінки дає змогу оцінити стан внутрішнього ринку, то їхні зміни в динаміці – його розвиток.

Висновки. У результаті дослідження методологічного апарату і наявних підходів до оцінки стану внутрішнього ринку запропоновано методичний підхід до оцінки розвитку внутрішнього ринку товарів, метою якого є виявлення характеру розвитку внутрішнього ринку товарів. Значущість запропонованого методичного підходу полягає у тому, що він поєднує у собі як методи оцінювання стану внутрішнього ринку товарів, так і методи оцінювання розвитку внутрішнього ринку товарів, передбачені відповідними методичними підходами, та передбачає формування системи показників оцінки стану внутрішнього ринку товарів з використанням методу систематизації даних, які містяться в інформаційній базі. У результаті обґрунтовано розподіл показників оцінки стану внутрішнього ринку з урахуванням їхньої інформаційної різномірності.

Перспективами подальших досліджень у цьому напрямі є оцінка розвитку внутрішнього ринку товарів, що базується на запропонованому у статті методичному підході оцінки розвитку внутрішнього ринку товарів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Мардус Н. Ю. Методологічний базис забезпечення внутрішнього ринку товарів. *Економічний форум*. 2018. № 2. С. 33–38.
2. Ринки реального сектора економіки України: структурно-інституціональний аналіз / за ред. В. О. Точиліна. Київ, 2009. 640 с.
3. Уманців Ю. М., Катран М. В. Розвиток внутрішнього ринку споживчих товарів в Україні. *Бізнес Інформ*. 2017. № 8. С. 271–275.
4. Внутрішній ринок і торгівля України: структурно-інституціональна трансформація : монографія / за ред. В. Д. Лагутіна. Київ : КНТЕУ, 2015. 432 с.
5. Терлецька В. О. Оцінювання та аналіз факторів впливу на розвиток зовнішньоекономічної діяльності автомобілебудівної галузі України. *Науковий вісник НЛТУ України. Серія: Економіка, планування та управління в галузях*. 2014. Вип. 24.8. С. 278–285.
6. Брикова І. Концепція міжнародної конкурентоспроможності національного регіону та її практичний вимір. URL: http://www.kneu.kiev.ua/journal/ukr/article/2006_1_Brykova_ukr.pdf
7. Ковальська Л. Л., Речун О. Ю. Методичний підхід до оцінки рівня розвитку логістичної системи роздрібною торговельною мережі: підприємницький аспект. *Ефективна економіка*. 2017. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5568>
8. Ігнатюк А. І. Галузеві ринки: теорія, практика, напрямки регулювання : монографія. Київ : ННЦ ІАЕ, 2010. 465 с.
9. Гавура В. О. Організаційно-економічні засади підвищення конкурентоспроможності регіону : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.05. Луцьк, 2012. 198 с.
10. Попадинець Н. М. Внутрішній ринок продукції лісової промисловості України: підходи до оцінювання та напрями розвитку. *Регіональна економіка*. 2013. № 1. С. 201–210.
11. Суханова А. В. Механізми формування конкурентних переваг економіки регіону : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.05. Миколаїв, 2016. 188 с.
12. Методика розрахунку індикаторів ділових очікувань згідно з вимогами розширеного Спеціального стандарту поширення даних Міжнародного валютного фонду : Наказ Держстату від 30.12.2014 № 411 у редакції наказу Держстату від 07.12.2017 № 319.

REFERENCES

- Brykova, I. "Kontsepsiia mizhnarodnoi konkurentosprozhnosti natsionalnoho rehionu ta yii praktychnyi vymir" [The Concept of International Competitiveness of the National Region and its Practical Dimension]. http://www.kneu.kiev.ua/journal/ukr/article/2006_1_Brykova_ukr.pdf
- Havura, V. O. "Orhanizatsiino-ekonomichni zasady pidvyshchennia konkurentosprozhnosti rehionu" [Organizational and economic principles of increasing the competitiveness of the region]: *dys. ... kand. ekon. nauk : 08.00.05*, 2012.
- Ihnatiuk, A. I. *Haluzevi rynky: teoriia, praktyka, napriamky rehulivannia* [Sectoral Markets: Theory, Practice, Directions of Regulation]. Kyiv: NNTs IAE, 2010.
- Kovalska, L. L., and Rechun, O. Yu. "Metodychnyi pidkhid do otsinky rivnia rozvytku lohistrychnoi systemy rozdrubnoi torhov-elnoi merezhi: pidpriemnytskyi aspekt" [Methodical approach to the assessment of the level of development of the logistic system of the retail trade network: the entrepreneurial aspect]. *Efekt-*

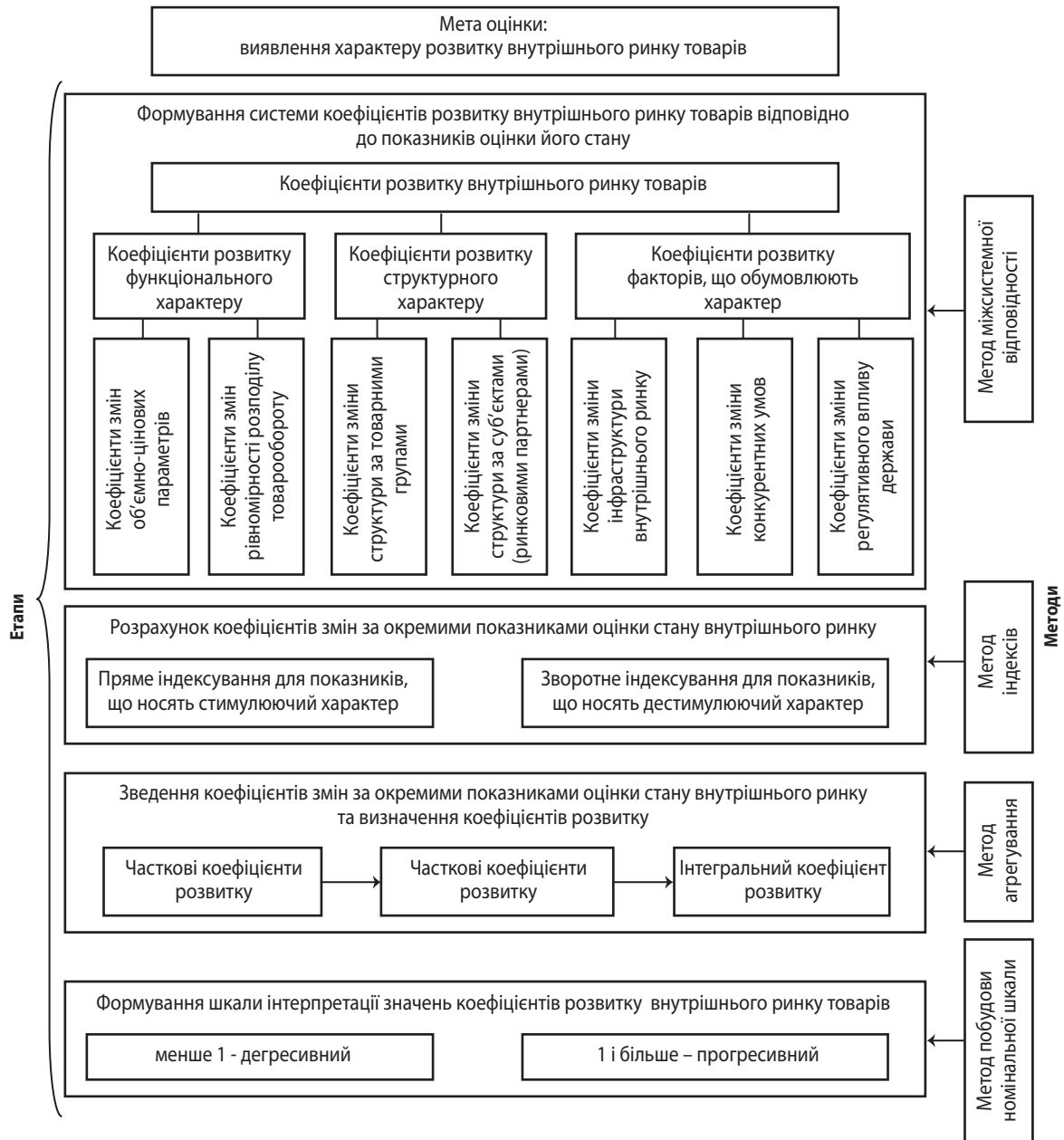


Рис. 2. Методичний підхід до оцінки розвитку внутрішнього ринку товарів

Джерело: сформовано автором

tyvna ekonomika. 2017. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5568>

[Legal Act of Ukraine] (2014).

Mardus, N. Yu. "Metodolohichniy bazys zabezpechennia vnutrishnyoho rynku tovariv" [Methodological basis for ensuring the internal market of goods]. *Ekonomichnyi forum*, no. 2 (2018): 33-38.

Popadynets, N. M. "Vnutrishnii rynek produktii lisovoi promyslovosti Ukrainy: pidkhody do otsiniuvannia ta napriamy rozvytku" [The domestic forest products market in Ukraine: approaches to evaluation and trends]. *Rehionalna ekonomika*, no. 1 (2013): 201-210.

Rynky realnoho sektora ekonomiky Ukrainy: strukturno-institutsionalnyi analiz [Markets of the real sector of the economy of Ukraine: structural and institutional analysis]. Kyiv, 2009.

Sukhanova, A. V. "Mekhanizmy formuvannia konkurentnykh perevah ekonomiky rehionu" [Mechanisms of the formation

of competitive advantages of the region's economy]: *dys. ... kand. ekon. nauk* : 08.00.05, 2016.

Terletska, V. O. "Otsiniuvannia ta analiz faktoriv vplyvu na rozvytok zovnishnyoekonomichnoi diialnosti avtomobilebudivnoi haluzi Ukrainy" [Assessment and analysis of factors influencing the development of foreign economic activity of the automotive industry of Ukraine]. *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy. Seriya: Ekonomika, planuvannia ta upravlinnia v haluziakh*, no. 24.8 (2014): 278-285.

Umantsiv, Yu. M., and Katran, M. V. "Rozvytok vnutrishnyoho rynku spozhyvchykh tovariv v Ukraini" [Development of the domestic consumer goods market in Ukraine]. *Biznes Inform*, no. 8 (2017): 271-275.

Vnutrishnii rynek i torhivlia Ukrainy: strukturno-institutsionalna transformatsiia [Domestic market and trade of Ukraine: structural and institutional transformation]. Kyiv: KNTEU, 2015.