

УДК: 339.1:330.123.4:332.1(477)

*Свидрук І. І.,  
irena\_svidruk@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-3099-6449,  
Researcher ID: F-8502-2019*

*д.е.н., проф., професор кафедри менеджменту, Львівський торговельно-економічний університет,  
м. Львів*

*Клепанчук О. Ю.,  
o.klepanchuk@gmail.com, ORCID ID: 0000-0001-7764-614X*

*к.е.н., доц., доцент кафедри фінансового менеджменту, Львівський національний університет імені  
Івана Франка, м. Львів*

## **СИСТЕМНИЙ АНАЛІЗ РОЗВИТКУ СПОЖИВЧОГО РИНКУ УКРАЇНИ**

**Анотація.** Статтю присвячено багатофакторному аналізу особливостей розвитку споживчого ринку України як відкритої системи, в якій одночасно задовольняються антагоністичні цілі товаровиробників і торгових посередників щодо зростання прибутковості і капіталізації та споживачів щодо мінімізації затрат на задоволення попиту. Споживчий ринок досліджували в якості інструменту забезпечення соціально-економічної стабільності. Здійснено структурно-динамічний аналіз розвитку споживчого ринку у 2014-2020 рр. та виявлено його стабільне зростання попри незначне зниження обсягу реалізації послуг. Проаналізовано зміни товарної структури споживчого ринку. Виявлено, що найбільша частка витрат домогосподарств була сконцентрована на ринку продовольчих товарів, де спостерігалось стрімке зростання споживчих цін. Показано, що в цілому середньомісячні сукупні витрати домогосподарств на споживчому ринку скоротились, особливо на непродовольчі товари і послуги, що спричинено соціально-економічною невпевненістю споживачів. Виявлено, що знецінення гривні, скорочення поточних видатків бюджету та стрімке підвищення тарифів на житлово-комунальні послуги призвели до зменшення рівня доходів населення і підвищення рівня бідності. На подолання проблеми спрямоване приєднання України до програми ООН "Цілі Сталого Розвитку 2016-2030". Здійснено факторний аналіз впливу розвитку ринків непродовольчих товарів та послуг на зростання ВВП України. Виявлено, що стан споживчого ринку продовольчих товарів практично не впливає на динаміку номінального ВВП, тоді як зростання ринків непродовольчих товарів та послуг гарантовано призводить до збільшення ВВП. Подальші дослідження запропоновано скерувати на розробку інституційного інструментарію концептуальних перетворень внутрішнього споживчого ринку.

**Ключові слова:** продовольчі і непродовольчі товари, споживчі послуги, домогосподарства, інституційне регулювання, споживчі ціни.

*Svydruk I. I.,  
irena\_svidruk@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-3099-6449,  
Researcher ID: F-8502-2019,*

*Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Management, Lviv University of Trade and Economics, Lviv*

*Klepanchuk O. Yu.,  
o.klepanchuk@gmail.com, ORCID ID: 0000-0001-7764-614X,*

*Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Accounting and Taxation, Ivan Franko National University of Lviv, Lviv*

## **SYSTEM ANALYSIS OF UKRAINE'S CONSUMER MARKET DEVELOPMENT**

**Abstract.** The article is devoted to the multifactor analysis of the peculiarities of the consumer market of Ukraine as an open system, which simultaneously meets the antagonistic goals of producers and trade intermediaries to increase profitability and capitalization as well as consumers to minimize the cost of meeting demand. The consumer market was studied as a tool to ensure socio-economic stability. A structural and dynamic analysis of the development of the Ukrainian consumer market in 2014-2020 was carried out and its stable growth was revealed despite a slight decrease in the services volume of sales. Changes in the commodity structure of the consumer market are analyzed. It was found that the largest share of household expenditures was concentrated in the food market, where there was a sharp rise of consumer prices. It is shown that in general the average monthly total expenditures of households in the consumer

*market decreased, especially for non-food goods and services, which is caused by socio-economic uncertainty of consumers. It was found that the devaluation of the hryvnia, the reduction of current budget expenditures and the rapid increase in tariffs for housing and communal services have led to household incomes decrease and poverty increase. Ukraine's accession to the UN Sustainable Development Goals 2016-2030 Program was aimed at overcoming the problem. A factor analysis of the impact of the non-food goods and services markets development on Ukraine's GDP growth was performed. It was found that the state of the consumer market of food products has almost no effect on the dynamics of nominal GDP, while the growth of markets for non-food goods and services is guaranteed to lead to an increase in GDP. Further research is proposed to focus on the development of institutional tools for conceptual transformations of the domestic consumer market.*

**Key words:** food and non-food goods, consumer services, households, institutional regulation, consumer prices.

**JEL Classification:** D51; E21; L16; L17

**DOI:** <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2021-64-12>

**Постановка проблеми.** Передумовами високоінтенсивного розвитку внутрішнього споживчого ринку є сприятливе, інституційно регульоване бізнес-середовище, розвиток комунікацій, інфраструктурне оновлення економічної системи, що дозволяє знижувати бар'єри входу на ринок та позитивно позначається на ефективності ринкової взаємодії. Споживчий ринок традиційно розглядають в якості інструменту забезпечення соціально-економічної стабільності в суспільстві, акцентуючи дослідження на аспектах його цінової збалансованості та ефективності товаропотоків. Дисонансні умови суспільного розвитку консолідують різноспрямовані вектори ринкової взаємодії, виступають драйвером конструктивної кооперації ринкових суб'єктів, посилюють роль динамічності господарських суб'єктів та їх інтегративність у взаємодії з державними інституціями. Постіндустріальна конкурентна ситуація, що характеризується динамізмом, багатоаспектністю інтересів та агресивністю у досягненні цілей ринкових суб'єктів, актуалізує необхідність врахування впливу всієї сукупності факторів конкурентного середовища розвитку та ефективності функціонування споживчого ринку. Отож, постає необхідність багатофакторного аналізу особливостей розвитку споживчого ринку України як відкритої системи, в якій одночасно задовольняються антагоністичні цілі товаровиробників і торгових посередників щодо зростання прибутковості і капіталізації та споживачів щодо мінімізації затрат на задоволення власного попиту.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Різні аспекти розвитку споживчого ринку завжди знаходилися в центрі уваги науковців. Слід відзначити дослідження ринків Н. Попадинця, в якому описано систему завдань, функцій і методологічних принципів його розвитку [7]. Аналіз тенденцій розвитку споживчого ринку, здійснений Ю. Уманцівим та М. Катраном, дозволив виявити причини появи недосконалої цінової конкуренції та негативних змін у структурі сукупної пропозиції [9]. Цікавою є аргументація Т. Яхно про взаємозалежність змін матеріальних умов домогосподарств та якісних змін споживчого ринку [13]. Серед вагомих проблем розвитку споживчого ринку Н. Федорюк та Н. Ковальчук виокремлюють

недосконалість нормативної бази та низьку мотиваційну основу, що провокує міграційні процеси [10]. В. Шликова та О. Леванда також наголошують на проблемах зростання імпортозалежності споживчого ринку і підкреслюють необхідність створення інституційних передумов його розвитку [12].

К. Колеснікова та Т. Руденко вивчали можливість напрацювання інструментів подолання кризових явищ у ринковому середовищі, зокрема розглядали ефективність економічного та адміністративного стимулювання ринкової активності [4]. М. Чорна та співавтори запропонували підхід до оцінювання можливостей трансформації ринку, запропонувавши модель створення нових ринкових просторів [11]. Значну інформацію для подальших наукових пошуків надає дослідження В. Громова, який рекомендував інституційно регулювати споживчий попит через соціальну політику [1]. Ми цілком поділяємо позицію Т. Данилюка про нагальну необхідність залучення додаткових інвестицій у розвиток ринків споживчих товарів і послуг [2], що у підсумку підвищить конкурентоспроможність вітчизняних виробників. Також надзвичайно інформативними є пропозиції К. Пугачевської щодо ринкового розвитку шляхом вирішення комплексу взаємоузгоджених завдань соціально-економічного та суспільно-політичного спрямування, зокрема створення кластерних структур сервісного характеру [8].

Разом з тим, попри доволі широке висвітлення науковцями означеної проблематики, дослідження у більшості є фрагментарними і мають вузькоспеціалізований характер, що вимагає проведення системного аналізу розвитку споживчого ринку України.

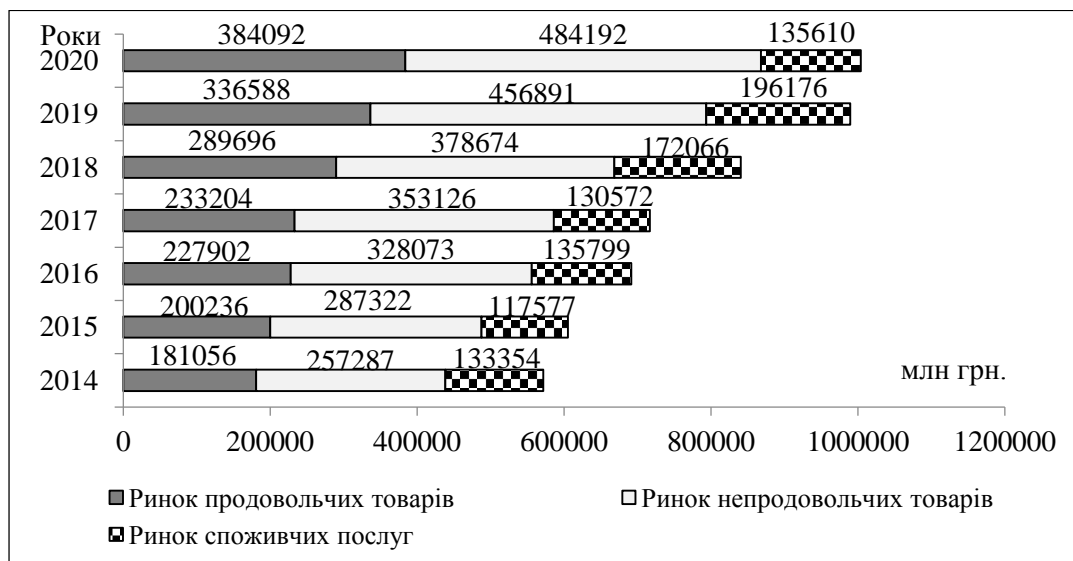
**Постановка завдання.** Метою даної статті є системний аналіз стану і можливостей розвитку споживчого ринку України в сучасних умовах.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Споживчий ринок являє собою систему соціально-економічних відносин, що ґрунтуються на механізмах конкуренції, ціноутворення та маркетингу, пов'язуючи сфери виробництва і споживання споживчих благ. Структура споживчого ринку включає три основних сегмента – роздрібні ринки продовольчих та непродовольчих товарів та ринок

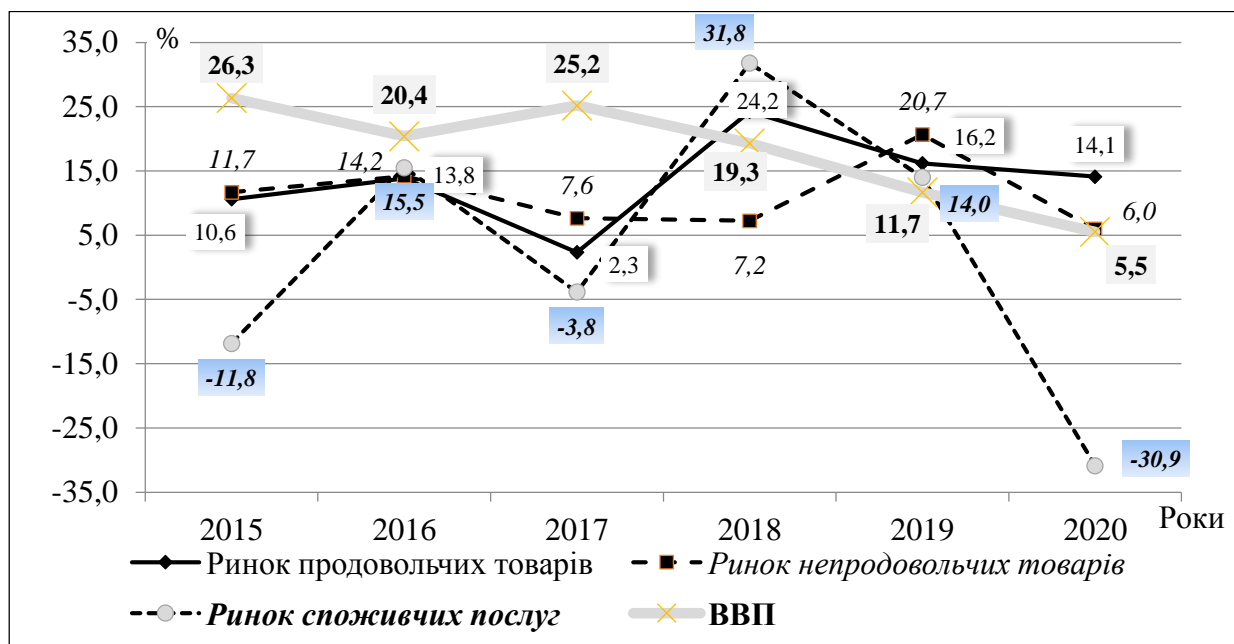
споживчих послуг (рис. 1), які зазвичай розглядають в якості самостійних, але тісно взаємодіючих ринкових одиниць, які в сукупності вирішують завдання задоволення потреб громадян у споживанні продовольчих і непродовольчих товарів та послуг.

Як бачимо, внутрішній споживчий ринок упродовж 2014-2020 рр. демонструє стабільне зростання, навіть попри зниження обсягу реалізації послуг населенню у 2020 р. через карантинні обмеження окремих видів діяльності, запроваджені Урядом внаслідок пандемії Covid-19. Зокрема, середній темп зростання обсягів реалізації продовольчих товарів склав 113,5%, товарів непродовольчої групи – 111,2%, послуг – 102,5% (без урахування

даних кризового 2020 р. – 109,1%), що адекватно співвідноситься з середнім зростанням номінального ВВП (118,1%) за цей же період (рис. 2). Загалом слід зазначити, що після падіння впродовж 2014-2015 рр. у 2016 р. внутрішній ринок України почав виходити з кризового стану, намітилася тенденція зростання ВВП, показників промислового виробництва та переробної галузі. Позитивна динаміка спостерігалась і у подальшому, зокрема у 2019 р. зростання реального ВВП становило 3,3%, а у 2020 р. попри складні соціально-економічні умови – 3,9%, найвагомішу роль у чому відіграло приватне споживання, зумовлене покращенням споживчих настроїв.



**Рис. 1. Структурно-динамічний аналіз розвитку споживчого ринку України у 2014-2020 рр.**  
Джерело: розраховано і побудовано за даними [3]



**Рис. 2. Ланцюгові темпи змін номінального ВВП та обсягів реалізації товарів і послуг на споживчому ринку України у 2015-2020 рр. (в % до попереднього року)**  
Джерело: розраховано і побудовано за даними [3, 6]

За досліджуваній період значних змін зазнала товарна структура споживчих ринків продовольчих і непродовольчих товарів. Найбільші витрати домогосподарств традиційно припадали на продовольчу групу товарів (табл. 1), де, своєю чергою, спостерігалось значне зростання обсягів товарообороту молока і молочних продуктів (у понад 5 разів), хлібобулочних, кондитерських та макаронних виробів, плодово-овочевої продукції (близько 300%).

Разом з тим, зазначимо, що стрімка динаміка товарообороту продовольчих товарів зумовлена не лише і не стільки поживленням споживацьких настроїв домогосподарств, але значною мірою була

спричинена зростанням споживчих цін на товари. Зокрема, за окремими товарними позиціями за період 2016-2020 рр. зростання рівня цін сягнуло: молока і молочних продуктів – на 42,8%, борошна, хлібобулочних та макаронних виробів – на 42,6-42,9%, свинини – на 49,3%, птиці (тушки курячої) – на 32,9%, олії соняшникової – на 27,6%, яєць – на 24,8%, риби мороженої – на 23,8%, цукру – на 22,3%. Отож, реальна динаміка продажів продукції на продовольчому внутрішньому ринку України значно відстає від зростання товарообороту (табл. 2).

Таблиця 1

**Структурна динаміка обсягів реалізації на споживчому ринку продовольчих товарів України у 2014-2020 рр. (млн. грн.)**

Товарні групи споживчого ринку	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2020 / 2014, %
Продовольчі товари, всього	181056	200236	227902	233204	289696	336588	384092	212,1
М'ясо та м'ясопродукти	20690	23844	25119	26417	33873	39362	44197	213,6
Риба і морепродукти	7081	7434	8295	9583	12864	15431	18623	263,0
Молоко та продукти молочні	8360	9899	12455	27017	33568	38311	44318	530,1
Сир сичужний, плавлений та кисломолочний	5565	6630	7936	9456	12100	15068	17890	321,5
Масло вершкове	2301	2494	3058	3234	3913	4875	5906	256,7
Харчові олії та жири	2820	3733	3715	3480	4027	4435	5169	183,3
Яйця	2417	3361	3606	3975	5391	5040	5856	242,3
Цукор	2059	2481	2380	2785	2472	2714	2951	143,3
Вироби кондитерські	14697	18538	22649	26884	34145	40916	43869	298,5
Борошно	976	1281	1193	1118	1305	1687	1779	182,3
Вироби хлібобулочні	4454	6278	7483	8454	10557	13603	14490	325,3
Крупи	2461	3359	3645	4135	4650	5146	6007	244,1
Вироби макаронні	1867	2382	2679	3019	3658	3835	5915	316,8
Фрукти та овочі, свіжі та перероблені	13779	16460	19785	23329	29568	36611	42902	311,4
Напої алкогольні	32087	38678	44551	46884	57651	65518	73483	229,0
Кава, чай, какао та прянощі	5023	6793	7224	9035	10523	12034	13637	271,5
Сіль	161	197	239	293	380	393	454	282,2
Напої безалкогольні	7722	9737	11682	12902	16171	19146	20875	270,3
Вироби тютюнові	29884	31065	32942	18107	19927	24806	30774	103,0
Інші продовольчі товари	10793	12385	14490	12345	15826	14220	16151	149,6

Джерело: побудовано за даними [3]

Таблиця 2

**Динаміка середньомісячного споживання продуктів харчування в домогосподарствах України у 2014-2020 рр.**

Товарні групи споживчого ринку	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2020 / 2014, %
М'ясо і м'ясопродукти	4,2	4,4	4,5	4,8	4,9	5,7	5,1	122,6
Молоко і молочні продукти	19,8	19,7	19,7	19,2	19	21	18,4	93,0
Яйця, шт.	19,6	19,8	20	20	20	22	20	102,0
Риба і рибпродукти	1,1	1,2	1,2	1,3	1,4	1,7	1,4	129,6
Цукор	2,8	2,8	2,7	2,7	2,7	2,9	2,5	89,9
Олія та інші рослинні жири	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,7	1,4	92,1
Картопля	6,6	6,4	6,4	6	5,8	6,4	5,5	83,6
Овочі і баштанні	9,7	9,2	9,8	6,7	6,7	7,6	6,5	66,7
Фрукти, ягоди, горіхи, виноград	3,0	3,2	3,2	3,8	3,9	4,4	3,9	128,3
Хліб і хлібні продукти	8,2	8,3	8,2	8,5	8,4	9,5	8,2	100,5

Джерело: побудовано за даними [3]

Аналогічна ситуація спостерігається і на ринку непродовольчих товарів (табл. 3), де впродовж 2014-2020 рр. товарооборот стабільно зростає майже за всіма товарними групами. Значну динаміку продемонстрував ринок оптики окулярної (у понад 5 разів), товарів для дітей (у 3,4 рази), меблів (у 3,2 рази) і товарів парфумерно-косметичної групи, що насамперед слід пов'язати з виходом з "тіні" товаровиробників і продавців даної продукції. Суттєво зросла реалізація комп'ютерів і програмного забезпечення (у 2,7 рази), садово-городнього

устаткування та інвентарю (у 2,6 рази), побутових електротоварів (у 2,4 рази). Цікавою виявилася тенденція на ринку паливно-мастильних матеріалів, де на тлі суттєвого зростання товарообороту газу для автомобілів (у 2,2 рази) спостерігалася зворотна тенденція скорочення споживчого попиту на бензин моторний (на 41,5%) та дизельне паливо (на 25,8%). Окрім того, за цей період в Україні на чверть скоротився ринок книжкової та газетно-журнальної продукції.

Таблиця 3

**Структурна динаміка обсягів реалізації на споживчому ринку непродовольчих товарів України у 2014-2020 рр. (млн грн.)**

Товарні групи споживчого ринку	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2020 / 2014, %
Непродовольчі товари, всього	257287	287322	328073	353126	378674	456891	484192	188,2
Товари текстильні та галантерея	1716	1529	1747	1835,4	2391,7	2667,6	2916	169,9
Одяг	10730	12752	15202	17580	21075	25589	25112	234,0
Взуття	4854	5486	5590	5784	6155	8001	8171	168,3
Товари парфумерно-косметичні	10903	14273	17863	20638	23678	30378	31029	284,6
Годинники та ювелірні вироби	627	365	385	281	841	1946	1788	285,2
Книги, газети, журнали	2418	2416	2592	1472	1712	1755	1817	75,1
Канцелярські товари	981	1309	1432	1406	1706	1750	2142	218,3
Комп'ютери, програмне забезпечення	3648	3413	4294	4512	4791	7531	9904	271,5
Телекомунікаційне устаткування	9298	8757	11716	14517	13319	15589	16083	173,0
Ігри та іграшки	1402	1878	2309	2901	3616	4557	4725	337,0
Мотоцикли, деталі та приладдя для них	169	255	206	230	239	416	556	328,9
Автомобілі та автотовари	29565	30080	44503	47486	48408	60807	65006	219,9
Спортивний, туристичний інвентар	1143	1240	1375	1530	2164	2627	3425	299,7
Меблі	2057	2158	2542	3354	4266	5791	6652	323,4
Килими, покриття для підлоги та стін	2912	3416	4078	5083	5848	6260	6632	227,7
Побутові електротовари	11835	12710	14013	19443	21343	25387	28371	239,7
Матеріали будівельні	15880	17964	18761	24674	29389	31949	33868	213,3
Добрива й агрохімічна продукція	353	343	317	247	333	488	558	157,9
Садово-городнє устаткування	2236	2406	2863	3356	4113	4739	5833	260,9
Фармацевтичні, медичні та ортопедичні товари	35864	46271	55981	63924	75979	92076	100404	280,0
Оптика окулярна	323	416	624	882	1278	1720	1670	517,0
Бензин моторний	47935	48243	46086	36672	27621	29833	28064	58,5
Дизельне пальне (газойль)	29992	31315	26716	25080	20332	24110	22254	74,2
Газ стиснений та скраплений для автомобілів	7639	10509	12161	13734	12587	15445	16662	218,1
Матеріали мастильні	333	423	442	302	279	375	599	179,9
Інші непродовольчі товари	12374	15539	20090	28506	34257	41104	43845	354,3

Джерело: побудовано за даними [3]

У 2020 р. стрімке поширення пандемії Covid-19 та обмеження, введені Урядом для її подолання, визначили початок кризової ситуації на споживчому ринку України. Внаслідок карантинних обмежень погіршилися показники діяльності всіх секторів економіки, а вторинні ефекти від карантинних обмежень та низький споживчий попит на тлі погіршення споживчих настроїв поглибили спад у виробництві споживчих товарів, у тому числі харчових. Зазначимо, що у 2020 р. середньомісячні сукупні витрати українських домогосподарств на внутрішньому споживчому ринку скоротилися з 9629,2 грн. до 9413,0 грн. (на 2,2%), при цьому частка витрат на продовольчі товари зросла з 49,4% до 51,4%, тоді як на непродовольчі товари і послуги знизилася відповідно з 26,4% до 24,7% та з 15,6% до 14,0%. До певної міри це було обумовлено інституційним обмеженням певних видів діяльності на внутрішніх ринках непродовольчих товарів і послуг. Зокрема, слід відзначити скорочення частки витрат на транспортні послуги з 4,2% до 3,8% та готельно-ресторанне обслуговування з 2,2% до 1,2%. Разом з тим, частка неспоживчих витрат (допомога іншим особам, купівля акцій, сертифікатів, вклади до банків, будівництво та капітальний ремонт житла тощо) зросла у 2020 р. з 8,6% до 9,4%. При цьому загальне зниження споживчих сукупних витрат домогосподарств з 91,4% до 90,1% можна розглядати в якості маркера невпевненості громадян у стабільному соціально-економічному розвитку в країні.

Перманентний спад економіки, знецінення гривні і скорочення поточних видатків бюджету призвели у 2015 р. до зменшення рівня доходів населення і підвищення рівня бідності з 3,3% до 5,8%, помірна бідність зросла відповідно з 15,2% до 22,2% за рахунок зниження реальної заробітної плати на 20% і зростання рівня безробіття до 9,5%. Найгостріше ці проблеми проявлялися в зоні військового конфлікту на сході України та серед

внутрішньо переміщених осіб. До зростання рівня бідності спричинило і підвищення тарифів на житлово-комунальні послуги, попри оновлення державної програми субсидій (у 2017 р. нею було охоплено понад 7 млн. українських домогосподарств). На подолання проблеми високого рівня бідності були спрямовані реалізація державної Стратегії подолання бідності та приєднання України до програми ООН "Цілі Сталого Розвитку 2016-2030" [5], цільовими орієнтирами яких є ліквідація абсолютної бідності (5,05 дол. США доходу на добу), зниження до 25% відносної бідності, скорочення в 10 разів частки осіб, рівень споживання яких є меншим за рівень фактичного прожиткового мінімуму. Попри це, рівень бідності в Україні у 2019 р. становив 3,5%, бідності працюючих осіб – близько 20%, відносної бідності – близько 25%, бідності серед дітей – 32,6%. Споживання нижче прожиткового мінімуму зафіксовано у 2019 р. на рівні 22,1%, у 2020 р. – на рівні 28,3%.

Споживчі потреби домогосподарства задовольняли за рахунок ресурсів, які надходили з різних джерел. Середньомісячні сукупні ресурси домогосподарств у 2020 р. становили 12118 грн., що на 22% більше, ніж у 2018 р. При цьому в розрахунку на 1 особу середньомісячні ресурси склали 5743 грн. Домінуючу частку структури ресурсів становили грошові доходи (92%). Частка доходів від зайнятості складала 64% ресурсів домогосподарств, у т.ч. на оплату праці припадало 57%, на доходи від підприємницької діяльності та самозайнятості – 7%. Частка соціальних допомог (включаючи пенсії, стипендії та готівкові субсидії на оплату житлово-комунальних послуг) становила 20% ресурсів домогосподарств. Ефективність перерозподільного потенціалу соціальної інфраструктури демонструє розподіл доходів домогосподарств, сформованих із бюджетних соціальних трансфертів (рис. 3).

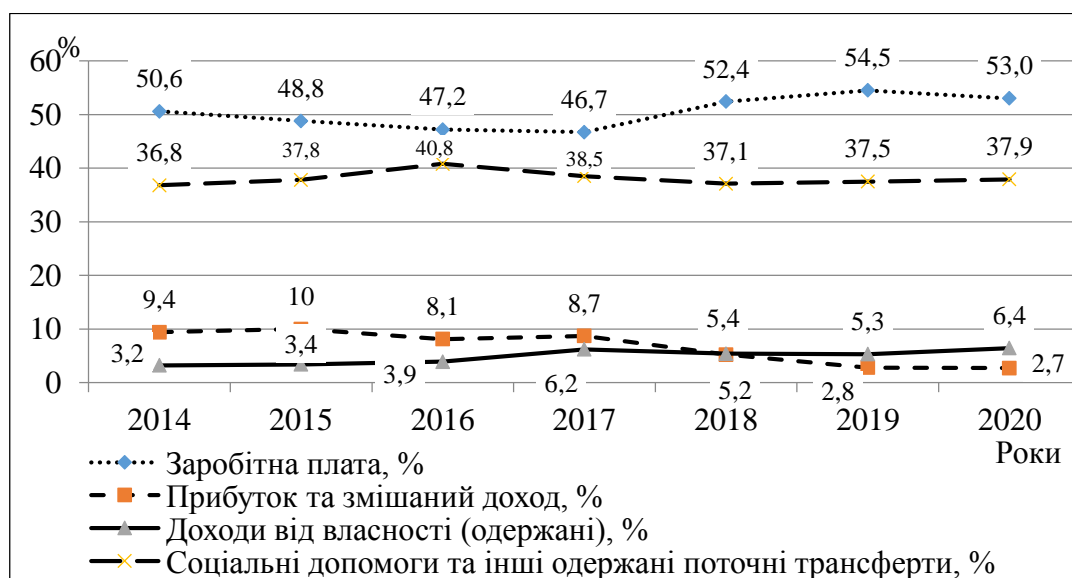


Рис. 3. Структурна динаміка доходів населення України у 2014-2019 рр.

Джерело: розраховано і побудовано за даними [3]

**Структурна динаміка обсягів реалізації на споживчому ринку послуг України у 2014-2020 рр. (млн грн)**

Категорія споживчих послуг	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2020 / 2014, %
Усього	163403	166961	170520	174079	172066	196176	175348	107,3
Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	64286	68796	64033	59087	50578	51653	26454	41,2
Тимчасове розміщування й організація харчування	33521	30543	27566	24589	19925	23765	12212	36,4
Інформація та телекомунікації	21200	29950	32300	38650	44378	52885	56789	267,9
Операції з нерухомим майном	4933	2835	2237	2639	3233	3005	4090	82,9
Професійна, наукова та технічна діяльність	5913	2783	3254	3724	3236	3724	4036	68,3
Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	6874	7998	9922	11846	13276	16888	16918	246,1
Освіта	11746	10219	14692	16166	17691	19417	20228	172,2
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	10301	9585	12140	13379	15467	19753	31249	303,4
Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	3612	3425	3538	3151	3427	4184	2520	69,8
Інші види послуг	1017	827	838	848	854	900	853	83,9

Джерело: побудовано за даними [3]

Аналізуючи розвиток ринку споживчих послуг в Україні у 2014-2020 рр., підкреслимо тенденції перерозподілу структури споживчого попиту населення, скорочення обсягів соціальних і науково-технічних послуг, зростання частки витрат домогосподарств на житлово-комунальне обслуговування, збільшення обсягів ринкових послуг в освітній та медичній галузях (табл. 4), а також поглиблення розриву між ринковими пропозиціями та платоспроможним попитом.

У структурі загального обсягу реалізованих на ринку послуг найбільша частка припадає на категорію "Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність" (середнє значення за період 2014-2020 рр. становить 31,6%), хоча спостерігається помітна тенденція до зменшення витрат домогосподарств на цей вид послуг. Суттєве скорочення (на 63,6%) спостерігалось і на ринку тимчасового розміщування та організації харчування, який займає 14,1% у загальній структурі ринку послуг. Найсуттєвіше падіння обсягів реалізації послуг було зафіксовано у 2020 р., що пов'язано з тимчасовою заборонаю та подальшими обмеженнями діяльності закладів ресторанного господарства, торговельно-розважальних центрів, фітнес-центрів, закладів торговельного і побутового обслуговування населення. Локдаун негативно позначився і на інфраструктурному супроводі розвитку

споживчого ринку, оскільки під повну або часткову заборону потрапили перевезення пасажирів.

Водночас у 2014-2020 рр. певні сегменти ринку споживчих послуг демонстрували стабільне зростання. Насамперед йдеться про ринок інформаційних та телекомунікаційних послуг (частка у загальній структурі становить 22,7%), який зріс за цей період у понад 2,7 рази. Про все більше усвідомлення споживачами важливості знань, умінь та навичок у сучасному соціально-економічному середовищі свідчить зростання на 72,2% ринку платних освітніх послуг, хоча їх частка у загальній структурі послуг складає всього 9%. Найбільші темпи зростання (понад 3 рази) демонструє ринок послуг в галузі охорони здоров'я та соціальних послуг, частка якого у структурі ринку споживчих послуг становить в середньому 9,2%. Тут варто зазначити, що основний прорив у реалізації даного виду послуг відбувся саме у 2020 р. (зростання на 58,2% за рік).

Для отримання більш об'єктивної характеристики впливу розвитку внутрішнього ринку споживчих послуг на загальні параметри економічної системи України ми проаналізували факторний вплив обсягів реалізації на споживчих ринках продовольчих ( $x_1$ ) і непродовольчих ( $x_2$ ) товарів та послуг ( $x_3$ ) на динаміку ВВП ( $y$ ) у 2014-2020 рр. (рис. 4).

	y	x <sub>1</sub>	x <sub>2</sub>	x <sub>3</sub>
y	1	0,9591	0,976	0,6217
x <sub>1</sub>	0,9591	1	0,9842	0,5441
x <sub>2</sub>	0,976	0,9842	1	0,5646
x <sub>3</sub>	0,6217	0,5441	0,5646	1

Рис. 4. Матриця парних коефіцієнтів кореляції

Джерело: власні розрахунки автора

Попри досить вагомий агрегований вплив зовнішніх чинників, отримане рівняння регресії  $y = -0,1x_1 + 11,2x_2 + 3,8x_3 - 1647370,6$  ( $R^2 = 0,96$ ) свідчить, що стан споживчого ринку продовольчих товарів практично не впливає на динаміку номінального ВВП, тоді як зростання ринків непродовольчих товарів та послуг гарантовано призводить до збільшення ВВП. Такий результат дає підстави значно розширити визнання ролі внутрішнього споживчого ринку і перейти від концепту локального явища до концепту цілісної системи соціально-економічних відносин, що включають як взаємозв'язки та взаємодію між виробниками і споживачами, так і взаємозв'язки в локаціях “інституції – споживачі” та “інституції – продавці”. Відповідно, це дозволяє формалізувати роль інституційного регулювання щодо окреслення правил і обмежень, удосконалення фіскальної політики, активізації інвестиційних процесів, розбудови ринкової інфраструктури для стабільного розвитку та ефективного функціонування споживчого ринку як елемента загальнодержавної соціально-економічної системи. Разом з тим, постає ще один надзвичайно важливий аспект цілепокладання інституційного регулювання розвитку внутрішнього споживчого ринку, а саме: задоволення потреб споживачів, які виступають кінцевою ланкою ринкових відносин.

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Проведене дослідження засвідчило, що внутрішній споживчий ринок товарів упродовж 2014-2020 рр. стабільно зростає, при цьому його товарна структура змінювалася. Найбільші витрати домогосподарств припадали на продовольчу групу товарів, де спостерігалось стрімке зростання споживчих цін. Водночас середньомісячні сукупні витрати домогосподарств на споживчому ринку скоротилися, частка витрат на непродовольчі товари і послуги знизилася, що свідчить про соціально-економічну невпевненість споживачів. На ринку споживчих послуг спостерігався суттєвий перерозподіл структури попиту у бік зростання частки житлово-комунального обслуговування та послуг в освітній і медичній галузях. Факторний аналіз засвідчив суттєвий вплив розвитку ринків непродовольчих товарів та послуг на зростання ВВП України. Системний аналіз реального стану і перспективних можливостей розвитку споживчого ринку має стати підґрунтям для розробки адекватного інституційного інструментарію його концептуальних перетворень.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Громов В. Б. Механізм формування споживчого попиту в економіці України / Громов В. Б. // Формування ринкових відносин в Україні. – 2018. – № 7-8. – С. 57-67.
2. Данилюк Т. Сучасний стан та перспективи розвитку ринку послуг України / Данилюк Т. // Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. – 2015. – № 3. – С. 19-23.
3. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
4. Колеснікова К. С. Перспективи розвитку інфраструктури ринку споживчих товарів / Колеснікова К. С., Руденко Т. С. // Розвиток торгівлі та підприємництва в Україні: тенденції та перспективи : збірник наукових праць за матеріалами міжнародної науково-практичної конференції (Одеса, 25-26 травня 2017 р.). – Одеса : ОТЕІ КНТЕУ, 2017. – 124 с. С. 47-49.
5. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. Цілі сталого розвитку: Україна. Національна доповідь. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://un.org.ua/images/SDGs\\_NationalReportUA\\_Web\\_1.pdf](http://un.org.ua/images/SDGs_NationalReportUA_Web_1.pdf).
6. Міністерство фінансів України. Валовий внутрішній продукт (ВВП) в Україні 2020. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/gdp/>.
7. Попадинець Н. М. Регіональний ринок споживчих товарів: сутність і засадничі положення функціонування / Попадинець Н. М. // Регіональна економіка. – 2017. – № 1. – С. 17-22.
8. Пугачевська К. Й. Сфера послуг в Україні: особливості розвитку та стратегічні перспективи / Пугачевська К. Й. // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. – 2016. – № 18. – С. 52-55.
9. Уманців Ю. М. Розвиток внутрішнього ринку споживчих товарів України / Уманців Ю. М., Катран М. В. // Бізнес Інформ. – 2017. – № 8 (475). – С. 271-275.
10. Федоронько Н. І. Особливості сучасного становища ринку послуг України / Федоронько Н. І., Ковальчук Н. О. // Молодий вчений. – 2017. – № 3 (43). – С. 871-874.



11. Чорна М. В. Особливості формування нового ринкового простору на вітчизняному споживчому ринку / Чорна М. В., Бугріменко Р. М., Остін З. // Бізнес Інформ. – 2019. – № 1 (492). – С. 241-248.

12. Шликова В. О. Розвиток споживчого ринку України в умовах макроекономічної нестабільності / Шликова В. О., Леванда О. М. // Бізнес Інформ. – 2019. – № 11. – С. 247-258.

13. Яхно Т. П. Соціалізація економіки та індивідуалізація споживчого ринку як необхідні передумови національного розвитку / Яхно Т. П. // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія : Економіка і менеджмент. – 2019. – Вип. 2. – С. 12-17.

#### REFERENCES

1. Hromov, V. B. (2018), Mekhanizm formuvannia spozhyvchoho popytu v ekonomitsi Ukrainy, Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini, № 7-8, s. 57-67.

2. Danyliuk T. (2015), Suchasnyj stan ta perspektyvy rozvytku rynku posluh Ukrainy, Ekonomichnyj chasopys Skhidnoievropejs'koho natsional'noho universytetu imeni Lesi Ukrainky, № 3, s. 19-23.

3. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

4. Kolesnikova, K. S. and Rudenko, T. S. (2017), Perspektyvy rozvytku infrastruktury rynku spozhyvchykh tovariv, Rozvytok torhivli ta pidpryiemnytstva v Ukraini: tendentsii ta perspektyvy : zbirnyk naukovykh prats' za materialamy mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii (Odesa, 25-26 travnia 2017 r.), OTEI KNTEU, Odesa, 124 s. S. 47-49.

5. Ministerstvo ekonomichnoho rozvytku i torhivli Ukrainy. Tsili staloho rozvytku: Ukraina. Natsion-

al'na dopovid', available at: [http://un.org.ua/images/SDGs\\_NationalReportUA\\_Web\\_1.pdf](http://un.org.ua/images/SDGs_NationalReportUA_Web_1.pdf).

6. Ministerstvo finansiv Ukrainy. Valovyj vnutrishnij produkt (VVP) v Ukraini 2020, available at: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/gdp/>.

7. Popadynets', N. M. (2017), Rehional'nyj rynek spozhyvchykh tovariv: sutnist' i zasadnychi polozhennia funktsionuvannia, Rehional'na ekonomika, № 1, s. 17-22.

8. Puhachevs'ka, K. J. (2016), Sfera posluh v Ukraini: osoblyvosti rozvytku ta stratehichni perspektyvy, Naukovyj visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu, № 18, s. 52-55.

9. Umantsiv, Yu. M. and Katran, M. V. (2017), Rozvytok vnutrishn'oho rynku spozhyvchykh tovariv Ukrainy, Biznes Inform, № 8 (475), s. 271-275.

10. Fedoron'ko, N. I. and Koval'chuk, N. O. (2017), Osoblyvosti suchasnoho stanovyscha rynku posluh Ukrainy, Molodyj vchenyj, № 3 (43), s. 871-874.

11. Chorna, M. V. Buhrimenko, R. M. and Ostin Z. (2019), Osoblyvosti formuvannia novoho rynkovoho prostoru na vitchyznianomu spozhyvchomu rynku, Biznes Inform, № 1 (492), s. 241-248.

12. Shlykova, V. O. and Levanda, O. M. (2019), Rozvytok spozhyvchoho rynku Ukrainy v umovakh makroekonomichnoi nestabil'nosti, Biznes Inform, № 11, s. 247-258.

13. Yakhno, T. P. (2019), Sotsializatsiia ekonomiky ta indyvidualizatsiia spozhyvchoho rynku iak neobkhidni peredumovy natsional'noho rozvytku, Visnyk Sums'koho natsional'noho ahrarnoho universytetu. Seriiia : Ekonomika i menedzhment., vyp. 2, s. 12-17.

*Стаття надійшла до редакції 8 серпня 2021 року*