

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
«ЧЕРНІГІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»**

**КАПЛЕНКО Галина Вікторівна**



**УДК 339.13.017**

**ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ  
СПОЖИВЧИХ ТОВАРІВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

**Спеціальність 08.00.03 – економіка та управління  
національним господарством**

**АВТОРЕФЕРАТ  
дисертації на здобуття наукового ступеня  
доктора економічних наук**

**Чернігів – 2020**

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана в Національному університеті «Чернігівська політехніка».

**Науковий консультант:** доктор наук з державного управління, професор  
**Руденко Ольга Мстиславівна,**  
Національний університет «Чернігівська політехніка»  
Міністерства освіти і науки України,  
професор кафедри публічного управління та менеджменту організацій.

**Офіційні опоненти:** доктор економічних наук, доцент  
**Бутенко Наталія Василівна,**  
Київський національний університет  
імені Тараса Шевченка  
Міністерства освіти і науки України,  
професор кафедри підприємництва;

доктор економічних наук, професор  
**Графонова Ольга Іванівна,**  
ДВНЗ «Київський національний економічний  
університет імені Вадима Гетьмана»,  
Міністерства освіти і науки України,  
професор кафедри менеджменту;

доктор економічних наук, професор  
**Філіппова Світлана Валеріївна,**  
Одеський національний політехнічний університет  
Міністерства освіти і науки України,  
директор Інститут бізнесу, економіки та  
інформаційних технологій.

Захист відбудеться «20» серпня 2020 р. о 12<sup>00</sup> годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 79.051.04 у Національному університеті «Чернігівська політехніка» за адресою: 14035, м. Чернігів, вул. Шевченка, 95.

З дисертацією можна ознайомитися в бібліотеці Національного університету «Чернігівська політехніка» за адресою: 14035, м. Чернігів, вул. Шевченка, 95.

Автореферат розісланий «20» липня 2020 р.

**Вчений секретар  
спеціалізованої вченої ради,  
доктор економічних наук, професор**



**В.В.Виговська**

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Актуальність теми.** Глобалізація економічних процесів суттєво впливає на магістральну траєкторію розвитку економіки України, зокрема визначає сучасні характеристики функціонування національного ринку споживчих товарів. Нарощення взаємозалежності національних економік, посилення економічної турбулентності, зростання ролі інформатизації та цифровізації зумовлюють появу нових, раніше невідомих явищ в економічній сфері, які ініціюють трансформацію архітектури ринку споживчих товарів. Сучасний стан функціонування ринку споживчих товарів перебуває під впливом інфляційних процесів та характеризується порушенням рівноваги, як результат недосконалості безпосередньо ринкових механізмів й відсутності цілісної політики держави щодо його розвитку. За останні роки були втрачені ключові важелі реального впливу на показники ринку споживчих товарів, послабилася увага до врегулювання системних проблем розвитку, що й призвело до поглиблення структурних деформацій, значної тінізації ринку, зниження якості й безпеки товарів. За цих обставин виникає об'єктивна необхідність наукового пошуку та теоретико-методологічного обґрунтування релевантних викликам сучасності форм, важелів та методів регулювання розвитку ринку споживчих товарів країни для раціонального та ефективного використання його ресурсного забезпечення, виправлення диспропорцій розвитку й формування підґрунтя для динамічного зростання кількісних та якісних показників функціонування такого ринку.

Питання регулювання ринку споживчих товарів привертають увагу багатьох учених-економістів. Розвитку теоретичних та методологічних основ регулювання споживчого ринку присвячені праці таких закордонних учених-класиків: С. Брю, Є. Дж. Долана, Е. Домара, Дж. М. Кейнса, Ф. Котлера, К. Макконелла, А. Маршалла, Д. Норта, П. Самуельсона, М. Фрідмана, Е. Гансена, Дж. Гікса, Й. Шумпетера. Проблеми формування та функціонування ринку споживчих товарів і окремих його сегментів, а також механізми його регулювання досліджувалися в працях таких вітчизняних науковців: О. Азарян, В. Андрійчука, В. Апопія, С. Близнюка, А. Бондаренка, А. Бутенка, Н. Бутенко, В. Виговської, О. Гарафонові, В. Гейця, Л. Дідківської, М. Забаштанського, Н. Карпенко, Г. Климка, В. Кучеренка, В. Лагутіна, Л. Ліпич, В. Маргасові, А. Мазаракі, Л. Мазник, А. Мельник, В. Нестеренка, О. Пустовойта, О. Руденко, П. Саблука, І. Сороки, Д. Стеценка, С. Філіппові, С. Чистова, Л. Шохіна та інших.

Відаючи належне вагомому внеску названих науковців у розвиток теорії та методології регулювання ринку споживчих товарів, зауважимо, що вказані питання потребують подальшого наукового обґрунтування в умовах радикальних змін унаслідок глобалізації економічних процесів. Необхідним є розроблення теоретико-методологічних положень щодо формування механізму регулювання ринку споживчих товарів із виокремленням принципів, факторів та закономірностей його реалізації. Подальшого теоретичного осмислення вимагає процес імплементації принципу консюмеризму в систему регулювання ринку споживчих товарів України. Ґрунтовного висвітлення та доповнення потребує науково-методичний інструментарій оцінювання стану та результативності регулювання ринку споживчих товарів. Недостатній рівень розробленості,

наукова та практична вагомість окреслених проблем, необхідність їх вирішення обумовили вибір теми дослідження, його мету і завдання.

**Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Дисертація виконувалась відповідно до планів науково-дослідних робіт Чернігівського національного технологічного університету за темами: «Соціально-економічні проблеми сталого розвитку регіону» (номер державної реєстрації 0115U000891), у межах якої розроблений механізм регулювання ринку споживчих товарів в умовах глобалізації; «Розвиток економіки в умовах глобалізаційних викликів: національний та регіональний виміри» (номер державної реєстрації 0116U003596), де автором сформовані науково-методологічні підходи до дослідження характерних особливостей ринку споживчих товарів в умовах глобалізації; «Методологія управління регіональними підприємствами різних організаційно-правових форм» (номер державної реєстрації 0115U000892), в рамках якої автором запропоновані напрями імплементації принципу консюмеризму в систему регулювання ринку споживчих товарів України; Громадської наукової організації «Фінансово-економічна наукова рада» за темами: «Проблеми економічної теорії в системі економічних наук» (номер державної реєстрації 0118U000785), «Проблеми стратегічного розвитку національної економіки» (номер державної реєстрації 0118U000788), «Стратегічна модернізація розвитку регіональної економічної системи» (номер державної реєстрації 0118U000787), в рамках яких автором запропоновано наукові засади вимірювання впливу інструментів державного регулювання на розвиток ринку споживчих товарів в умовах глобалізації.

**Мета й завдання дослідження.** Метою дисертаційної роботи є обґрунтування теоретичних, методологічних засад регулювання ринку споживчих товарів України та розроблення науково-прикладних рекомендацій щодо його вдосконалення в умовах глобалізації.

Для досягнення цієї мети в роботі було поставлено такі завдання:

- розвинути сутнісно-теоретичні підходи до визначення змістовних характеристик ринку споживчих товарів та розкрити його місце в сучасній архітектурі національної економіки;
- висвітлити особливості розвитку ринку споживчих товарів в умовах глобалізації економічних процесів;
- узагальнити базові положення теорії регулювання ринку споживчих товарів;
- розвинути методологічний базис дослідження характерних особливостей ринку споживчих товарів в умовах глобалізації;
- сформулювати концептуальні положення регулювання ринку споживчих товарів в умовах глобалізації;
- охарактеризувати та доповнити методичні підходи до оцінки результативності регулювання ринку споживчих товарів;
- здійснити структурно-динамічне оцінювання стану функціонування ринку споживчих товарів в Україні;
- надати комплексну оцінку результативності використання інструментів регулювання ринку споживчих товарів України в умовах глобалізації;

- обґрунтувати необхідність та перспективи імплементації принципу консюмеризму в систему регулювання ринку споживчих товарів України;
- розробити методичний інструментарій оцінки рівня захисту інтересів споживачів на ринку товарів в умовах глобалізації;
- запропонувати варіативність інструментів стимулювання розвитку соціальної відповідальності бізнесу та визначити можливості їх інтеграції в систему регулювання ринку споживчих товарів України;
- обґрунтувати стратегічні імперативи удосконалення регулювання ринку споживчих товарів України;
- розробити теоретичну конструкцію механізму регулювання ринку споживчих товарів в умовах глобалізації;
- запропонувати шляхи підвищення результативності використання маркетингових досліджень у системі регулювання ринку споживчих товарів України.

*Об'єктом дослідження* є процеси функціонування ринку споживчих товарів.

*Предметом дослідження* теоретико-методологічні засади, науково-методичні підходи та практичний інструментарій регулювання ринку споживчих товарів України в умовах глобалізації.

**Методи дослідження.** Методологічною основою дослідження є сукупність загальнонаукових і спеціальних методів пізнання. Основу вивчення понятійно-категоріального апарату становили методи аналізу та синтезу, узагальнення та наукової абстракції. Комплексний підхід і діалектичні принципи дозволили виявити сутнісні характеристики досліджуваних процесів, форми їхнього прояву, виділити властиві їм суперечності та визначити тенденції їхнього розвитку. Системний аналіз використано для визначення складових системи регулювання ринку споживчих товарів та її забезпечення в умовах глобалізації. Поєднання процесного, системного та функціонального підходів дозволило розгорнуто охарактеризувати елементи моделі формування та реалізації механізму регулювання ринку споживчих товарів. Ціннісно-орієнтований, програмно-цільовий методи та метод ситуаційного аналізу використовувались для висвітлення концептуальних засад державного регулювання ринку споживчих товарів, метод статистичного аналізу – у процесі оцінювання сучасного стану розвитку ринку споживчих товарів в Україні. Дослідження особливостей імплементації принципу консюмеризму в механізм регулювання ринку споживчих товарів здійснювалося з використанням структурного підходу, методів логічного, порівняльного і статистичного аналізу, групування, абстрактно-логічного моделювання тощо. Методи моделювання застосовано при оцінці результативності регулювання ринку споживчих товарів в Україні.

*Статистичну та фактологічну основу* дослідження становили нормативно-правові й законодавчі акти, монографії та наукові публікації провідних вітчизняних і закордонних учених з обраного напрямку дослідження, аналітична інформація науково-дослідних установ, статистичні матеріали та звітні дані Державної служби статистики України, Державної служби України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів, Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України, матеріали

інформаційно-аналітичних бюлетенів, ресурсів мережі Інтернет, власні напрацювання та розрахунки авторки.

**Наукова новизна одержаних результатів.** Основні положення дослідження, що характеризують наукову новизну одержаних результатів, які є особистим здобутком автора та виносяться на захист, полягають у наступному:

*уперше:*

- розроблено теоретико-методологічний підхід до регулювання ринку споживчих товарів, який ґрунтується на інституційно-системному підході, визначає базові характеристики такого регулювання з виокремленням закономірностей, істотних зв'язків, а також суб'єктно-об'єктних залежностей, які зумовлені глобалізаційними процесами в економіці, та включає розроблення відповідного механізму регулювання, конкретизацію його завдань, інструментів, організаційно-інституційних та інфраструктурних компонентів. Це сприяє комплексному обґрунтуванню напрямів трансформації системи регулювання ринку споживчих товарів для досягнення параметрів її ефективної реалізації в умовах глобалізації національної економіки;

- доведена доцільність та запропоновано науковий підхід до імплементації принципу консюмеризму в систему регулювання ринку споживчих товарів України, що являє собою складний багаторівневий процес, який передбачає захист прав та інтересів споживачів, підвищення якості життя та добробуту населення. Такий підхід дозволить генерувати дієвий регуляторний вплив у контексті розбудови інфраструктурної та інституційної складової функціонування вітчизняного ринку споживчих товарів з огляду на посилення впливу, зокрема деструктивного, глобалізації на умови розвитку такого ринку;

- обґрунтовано теоретичну архітектуру механізму регулювання ринку споживчих товарів в умовах глобалізації економічних процесів, який являє собою синергію взаємодії учасників ринку, органів влади і громадськості, орієнтований на досягнення цільових орієнтирів розвитку такого ринку (розширення, стабілізація і збалансування; захист та безпека ринку; підвищення його конкурентоспроможності) та методологічний інструментарій реалізації регулятивних заходів за кожним стратегічним напрямом. Взаємодія складових запропонованого механізму забезпечить дієвість регулятивних заходів, спрямованих на економічне зростання національного ринку споживчих товарів в умовах нарощення впливу глобалізації;

- запропоновано науково-методичний інструментарій оцінки стану функціонування ринку споживчих товарів, який ґрунтується на принципах методологічного плюралізму та передбачає послідовну реалізацію двох комплексних етапів: оцінювання соціально-економічних показників стану ринку споживчих товарів (потенціал ринку, пропозиція споживчих товарів, попит і споживання, ціни на споживчі товари, масштаб та рівень конкуренції, торговельна інфраструктура) та дослідження впливу внутрішньої і зовнішньої політики держави на ринок споживчих товарів. Цінність запропонованого інструментарію полягає в тому, що він дозволяє здійснити оцінку стану та потенційних можливостей системи регулювання ринку споживчих товарів на довгострокову перспективу;

*удосконалено:*

- теоретичні положення регулювання ринку споживчих товарів в частині визначення системоутворюючих принципів, завдань, інструментів (державного, ринкового, інституціонального та громадського впливу), які створюють науковий базис для розбудови дієвої моделі регулювання такого ринку з урахуванням конструктивних та деструктивних впливів глобалізації економічних процесів та є основою для підготовки пропозицій щодо визначення оптимальної сукупності процедур реалізації регуляторного впливу на висхідне функціонування ринку споживчих товарів в Україні;

- концептуальну основу регулювання ринку споживчих товарів у синергетичному вимірі, особливістю якої є поєднання в цілісну систему потенціалу дії чотирьох предметних сфер (ринку споживчих товарів, поведінки споживачів, державних регуляторів та механізму організаційно-економічної узгодженості між ними) для реалізації завдань розвитку такого ринку в умовах глобалізації. Така концепція передбачає використання сукупності диверсифікованих методів (статистичний, феноменологічний та історико-генетичний), принципів (загальні та специфічні), інструментів (моніторинг, когнітивний аналіз, сценарний аналіз, кластерний аналіз, кореляційно-регресійний аналіз) дослідження, що слугують основою для формування ефективного механізму регулювання ринку споживчих товарів в умовах глобалізації;

- методичні положення з оцінювання рівня захисту інтересів споживачів на ринку товарів, які, на відміну від наявних, передбачають використання таксонометричного методу для модифікації моделі мультиатрибутного товару та дотримуючись двох етапів: 1) встановлення параметрів важливості захисту того чи іншого права споживача у відповідному товарі та присутності даного захисту з боку виробника; 2) вимірювання рівня захищеності прав споживачів на основі композиційного підходу. Це дозволяє ідентифікувати рівень важливості товару та його відповідності потребам споживачів для своєчасного залучення механізмів регуляції на споживчому ринку;

*набули подальшого розвитку:*

- понятійно-категоріальний апарат економічної теорії, в частині уточнення змістовного навантаження поняття «ринку споживчих товарів», який запропоновано розглядати як специфічний інститут, що характеризує сукупність соціально-економічних відносин, які поєднують виробництво споживчих товарів, їхній розподіл, споживання, регулювання та відіграє провідну роль у відтворенні робочої сили, забезпеченні взаємозв'язків як між продавцем (виробником), посередником і покупцем (споживачем), так і окремими галузями виробництва, регіонами країни й іншими державами. Це сприяло підвищенню рівня наукової обґрунтованості пропозицій щодо вдосконалення методів та інструментів регулювання ринку споживчих товарів в умовах трансформації глобального економічного простору;

- наукові засади вимірювання впливу інструментів державного регулювання (промислової, зовнішньоекономічної, грошово-кредитної та бюджетно-податкової політик) на розвиток ринку споживчих товарів в умовах глобалізації, які передбачають використання апарату кореляційно-регресійного аналізу для

розрахунку агрегованих показників (індекси обсягів імпорту товарів; індекси обсягу прямих іноземних інвестицій в економіку; рівень податкового навантаження на економіку; видатки держбюджету на економічну діяльність; заощадження домогосподарств та інші). Використання такого підходу дозволяє отримати комплексну оцінку заходів регулювання ринку споживчих товарів у контексті формування попиту, пропозиції, встановлення зв'язків між виробником та споживачем у стані рівноваги для обґрунтування стратегічних напрямів розвитку ринку споживчих товарів в Україні на довгострокову перспективу;

- науковий підхід до представлення концептуальних засад забезпечення соціальної відповідальності бізнесу як інструменту розвитку ринку споживчих товарів України в умовах глобалізації враховуючи стратегічні заходи держави (впровадження програм і проєктів у цьому напрямі, фінансово-кредитна підтримка стимулювання бізнесу до соціальної відповідальності та інші) дія яких орієнтована на забезпечення ринкової рівноваги в умовах скоординованої дії громадськості, держави та бізнесу. Це створює передумови для активізації ринку споживчих товарів та розвитку національної економіки;

- рекомендації щодо вдосконалення інструментарію регулювання ринку споживчих товарів у частині виявлення можливостей використання проєктів маркетингових досліджень для генерування інформації щодо соціально-економічних інтересів учасників досліджуваного ринку. Це сприятиме обґрунтуванню першочергових та перспективних завдань із підвищення ефективності його функціонування за основними сегментами ринку споживчих товарів;

- обґрунтування напрямів удосконалення регулювання ринку споживчих товарів у частині визначення заходів, які необхідні для реалізації цілей такого регулювання в умовах глобалізаційних змін та невизначеності, зокрема: *стабілізація і збалансування ринку* (цінова стабілізація; збалансування попиту і пропозиції; підвищення результативності інфраструктури ринку споживчих товарів); *розвиток і розширення* (підтримка підприємництва; розширення виробництва на власній ресурсній базі; підвищення платоспроможного попиту; залучення інвестицій у виробництво споживчих товарів); *захист і безпека ринку* (контроль за ринком споживчих товарів; захист прав споживачів; гарантування продовольчої безпеки); *підвищення конкурентності* (економічний протекціонізм і підтримка вітчизняного товаровиробника; нарощення експортного потенціалу виробництва товарів). Цінність запропонованих напрямів полягає в тому, що вони можуть служити підґрунтям для прийняття виважених рішень щодо формування довгострокових відносин держави, бізнесу та споживачів у напрямі розвитку ринку споживчих товарів в умовах глобалізації економіки України.

**Практичне значення одержаних результатів** полягає в тому, що теоретичні та методологічні положення дисертаційної роботи доведено до рівня конкретної методики та практичних рекомендацій щодо регулювання ринку споживчих товарів України в умовах глобалізації. Основні положення, висновки та рекомендації дослідження були використані в роботі:

- Департаменту агропромислового розвитку Чернігівської обласної державної адміністрації при формуванні та реалізації стратегічного вектору



розвитку ринку споживчих товарів області (довідка №02-37/560 від 17.12.2019 р.);

- Агенції регіонального розвитку Чернігівської області при розробці заходів щодо результативності використання інструментів регулювання ринку споживчих товарів України в умовах глобалізації (довідка №182 від 28.11.2019 р.);

- Львівської обласної спілки споживчих товариств при вдосконаленні інструментарію регулювання ринку споживчих товарів у частині виявлення можливостей використання проектів маркетингових досліджень (довідка №34/01-30 від 16.10.2019 р.);

- ТОВ «ЗГОДА ЛАНО» при використанні інструментів стимулювання розвитку соціальної відповідальності бізнесу (довідка №64 від 27.11.2019 р.);

- ТОВ «БІЗНЕСФОРУМІНВЕСТ» при оцінці потреб споживачів на ринку товарів для задоволення їх інтересів (довідка №575/2019 від 24.12.2019 р.);

- ТзОВ «ЮРГ Галичина» для підвищення ефективності системи бізнес-планування у контексті врахування принципу консюмеризму (довідка №627 від 08.11.2019 р.).

Окремі теоретичні та науково-методичні положення дисертаційної роботи впроваджено в навчальний процес Чернігівського національного технологічного університету при викладанні дисциплін: «Макроекономіка», «Національна економіка» та «Державне регулювання економіки» (довідка №305-08/759 від 25.09.2019 р.); Національного університету «Львівська політехніка» при викладанні дисциплін «Макроекономіка», «Національна економіка та її сталий розвиток», «Методи емпіричного дослідження ринку» (довідка №67-01-2332 від 27.11.2019 р.).

**Особистий внесок здобувача.** Усі наукові положення, висновки й рекомендації, які виносяться на захист, одержані авторкою самостійно. З наукових праць, опублікованих у співавторстві, у дисертації використано ідеї та положення, які є результатом особистої роботи здобувачки. Авторський внесок у працях, опублікованих у співавторстві, конкретизовано в списку публікацій.

**Апробація результатів дисертації.** Основні наукові положення дисертаційної роботи та практичні результати дослідження доповідалися та обговорювалися на міжнародних, всеукраїнських науково-практичних конференціях, зокрема: «Духовність. Культура. Глобалізація» (м. Львів, 2019 р.); «Правові засади організації та здійснення публічної влади» (м. Хмельницький, 2019 р.); «Державна фінансова політика України в умовах євроінтеграції: погляди науковців та практиків» (м. Львів, 2017 р.); «Статистична оцінка соціально-економічного розвитку» (м. Хмельницький, 2016-2017 рр.); «Формування нової парадигми управління фінансами та бізнесом в умовах посилення євроінтеграційних процесів в Україні» (м. Львів, 2016 р.); «Наука в інформаційному просторі» (м. Дніпропетровськ, 2013 р.); «Інноваційний шлях розвитку суспільства: проблеми, досягнення та перспективи» (м. Кам'янець-Подільський, 2013 р.); «Стратегічні напрямки соціально-економічного розвитку держави в умовах глобалізації» (м. Хмельницький, 2013 р.); «Актуальні питання

розвитку науки та освіти» (м. Львів, 2019 р.); «Фінансово-податкові механізми активізації підприємництва» (м. Львів, 2011 р.).

**Публікації.** Основні результати дисертаційної роботи опубліковано у 49 наукових працях, з них: 1 – одноосібна монографія обсягом 16,5 друк. арк., 1 розділ у колективній монографії обсягом 0,8 друк. арк.; 21 стаття у наукових фахових та наукометричних виданнях – 11,3 друк. арк.; 19 публікацій апробаційного характеру – 4,1 друк. арк.; 7 робіт у інших наукових виданнях та збірниках обсягом 7,8 друк. арк. Загальний обсяг публікацій – 40,5 друк. арк.; особисто автору належить – 39,4 друк. арк.

**Обсяг і структура дисертації.** Дисертація складається зі вступу, п'яти розділів, висновків, списку використаних джерел, що налічує 373 найменування, 7 додатків. Загальний обсяг роботи 450 сторінок, основний обсяг дисертації викладено на 380 сторінках. Матеріал дисертації ілюструють 28 таблиць, 48 рисунків.

## ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми дисертаційної роботи, визначено її мету, завдання, об'єкт, предмет та методи дослідження, розкрито наукову новизну та практичне значення отриманих результатів.

У першому розділі – **«Теоретичні аспекти регулювання ринку споживчих товарів»** – досліджено генезу, суть та особливості функціонування ринку споживчих товарів; розкрито базові положення теорії регулювання ринку споживчих товарів; розвинуто наукову аргументацію вибору методів та інструментів державного регулювання ринку споживчих товарів.

Обґрунтовано, що ринок споживчих товарів являє собою систему економічних відносин, що виникають у процесі обігу товарів і послуг, та формуються між суб'єктами ринку, а саме продавцем і покупцем для задоволення потреб населення в повному спектрі товарів. Економічні відносини, які складаються на ринку, його розвиток залежать від ринкових законів, механізмів конкуренції та державного регулювання. Для досліджуваного ринку характерним є встановлення прямих і зворотних зв'язків ринкового характеру між виробниками та споживачами товарів. Головною умовою забезпечення ефективності розвитку ринку споживчих товарів є належне задоволення соціально-економічних потреб та інтересів усіх його суб'єктів.

На основі аналізу існуючих науково-теоретичних підходів уточнено сутність поняття «ринку споживчих товарів», яке запропоновано розглядати як специфічний інститут, що характеризує сукупність соціально-економічних відносин, які поєднують виробництво споживчих товарів, їхній розподіл, споживання та регулювання, відіграють провідну роль у відтворенні робочої сили, забезпеченні соціально-економічних взаємозв'язків як між продавцем (виробником), посередником і покупцем (споживачем) так і окремими галузями виробництва, регіонами країни й іншими державами. Такий підхід передбачає, що ринок споживчих товарів формується та розвивається під впливом механізмів регулювання для задоволення потреб населення й гарантування соціальної й продовольчої безпеки країни.

Теоретична сутність та практична змістовність ринку споживчих товарів визначається в такому: по-перше, ринок вирішує багато економічних проблем суспільства, насамперед: забезпечує формування конкурентного середовища; стимулює інноваційно-інвестиційну діяльність вітчизняних виробників товарів; узгоджує соціально-економічні інтереси практично всіх учасників ринку й забезпечує відповідні економічні взаємозв'язки між галузями і регіонами; оптимізує пропорції в економіці країни та структурі виробництва товарів споживання; по-друге, є важливим індикатором соціальної стабільності в суспільстві й критерієм оцінювання рівня якості життя громадян, тобто ринок споживчих товарів є специфічним соціальним механізмом реалізації особистих потреб кожної людини в товарах, які є життєво необхідними для відтворення робочої сили.

Визначено умови розвитку ринку споживчих товарів: ефективне законодавство (антимонопольне; стимулювання методів конкурентної боротьби; удосконалення елементів інфраструктури); цілеспрямований вплив на результативність сукупності показників (рентабельність, ціни, торговельна надбавка, податки, валютний курс); детінізація ринкового обороту, забезпечення прав власності. Саме держава повинна стимулювати виконання таких умов і цим сприяти становленню конкурентного внутрішнього ринку споживчих товарів.

Встановлено, що варто розрізняти особливості формування і функціонування ринку споживчих товарів. Особливістю формування такого ринку є спонтанний характер його розвитку, що є результатом відсутності чіткої моделі розвитку ринкової економіки загалом та недостатнє інфраструктурне й інституційне забезпечення, повільні темпи її структурної трансформації та, насамперед, галузей, які забезпечують товарне наповнення ринку споживчих товарів. Особливостями функціонування ринку споживчих товарів є: цінова дестабілізація і порушення рівноваги ринку на найбільш соціально значущих сегментах ринку; непрогнозованість ринкової кон'юнктури; незавершеність формування єдиного національного ринкового середовища.

Теоретичні дослідження необхідності та сутності регулювання дають змогу сформувати систему регулювання ринку споживчих товарів, яка включає такі складові: 1) мета, завдання та принципи, на яких ґрунтуються відповідні механізми регулювання; 2) об'єкт втручання (конкретні процеси, явища, ситуації, деформації ринку) та суб'єкт регулювання (який реалізує визначені регулятивні функції) і окреслення характеру взаємозв'язків між ними; 3) напрями, форми, методи та інструменти здійснення регулятивних заходів щодо формування та функціонування ринку споживчих товарів; 4) механізми реалізації, організації, контролю та аналізу результатів упровадження заходів, надання консультацій та представлення рекомендацій. Практично, така система акумулює в собі три базових блоки: формування, реалізації і коригування. Вони є взаємопов'язаними між собою та спрямовані на досягнення визначених критеріїв регулювання ринку споживчих товарів і досягнення цілей його розвитку (рис. 1).

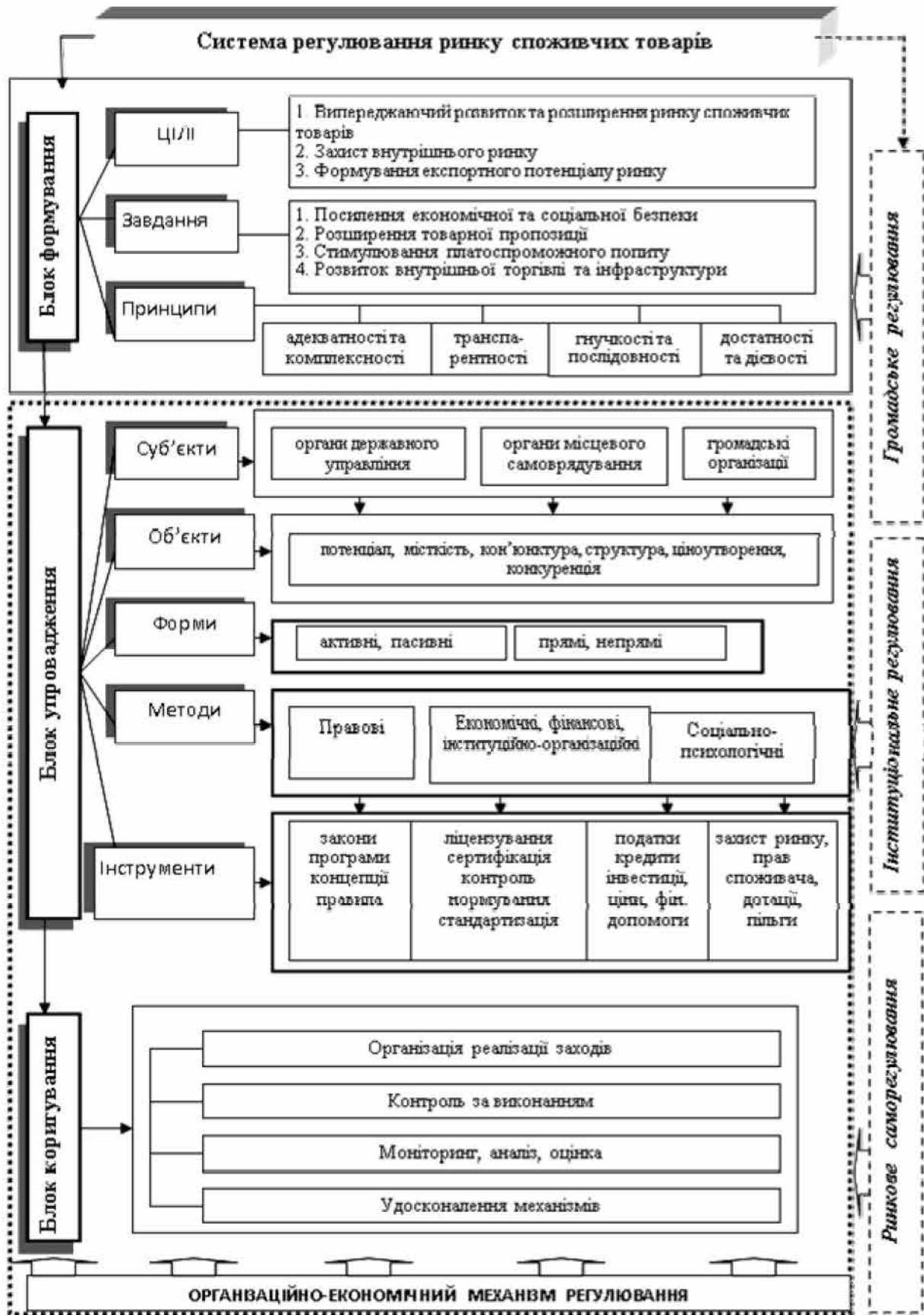


Рис. 1. Наукова концептуалізація регулювання ринку споживчих товарів  
Джерело: розроблено авторкою.

Незважаючи на здатність ринку до саморегулювання обов'язковим є втручання держави для збільшення ефективності такого саморегулювання. Нами виділено чотири методи та відповідні їм інструменти державного регулювання ринку споживчих товарів: економічні (засоби стимулювання доходів, засоби регулювання цін, використання балансів, державні закупівлі), фінансові (податки, субсидії, надання кредитів), інституційно-організаційні (захист інтересів споживачів, ліцензії, штрафи та санкції, сертифікація і стандартизація, патентування, документація та звітність, ліміти і квоти) та соціально-психологічні (соціальні, психологічні, морально-етичні).

Найважливіша роль в управлінні процесами на ринку споживчих товарів відводиться економічним методам. Їх ефективне використання дає змогу створити сприятливі економічні умови на ринку, які спонукають суб'єктів ринку діяти в необхідному для суспільства напрямі відповідно до потреб споживачів. У свою чергу, методи державного регулювання ринку споживчих товарів органічно взаємопов'язані. Будь-який економічний регулятор несе в собі інституційно-організаційний елемент, контролюється державною владою, ґрунтується на дії законів та інших нормативно-правових актів. В інституційно-організаційному регуляторі, у свою чергу, міститься певний економічний зміст, оскільки застосування його цілеспрямовано позначається на економічних процесах. І всі ці методи збалансовуються соціально-психологічними, оскільки саме вони впливають на поведінку, мотиви і дії людей. При виборі інструментів державного регулювання ринку споживчих товарів, необхідно використовувати таку модель управління, де важелі державного впливу доповнюють механізми вільної конкуренції, а не блокують їх, та де соціальним фактором є інтереси громадян і їхній добробут.

У другому розділі – **«Методологічне забезпечення функціонування ринку споживчих товарів в умовах глобалізації»** – визначено методологічні засади дослідження ринку споживчих товарів в умовах глобалізації та підходів до його регулювання; сформульовано концептуальні положення регулювання ринку споживчих товарів в умовах глобалізації; висвітлено та доповнено методичні підходи до оцінки результативності регулювання ринку споживчих товарів.

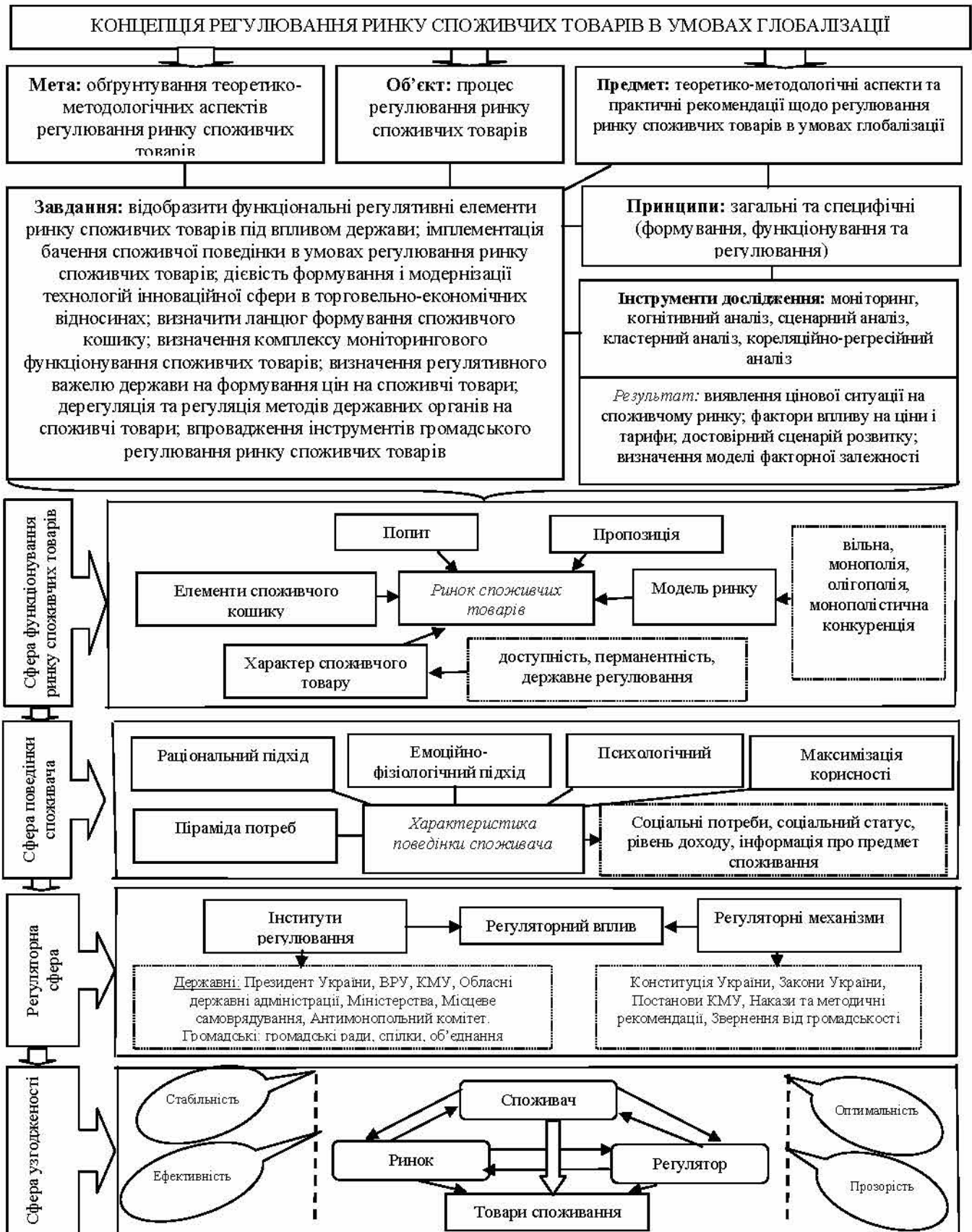
На основі систематизації поглядів науковців щодо обґрунтування методологічних підходів до дослідження ринку споживчих товарів в умовах глобалізації було виявлено їх різноманіття за рівнем конкретизації, складності, повноти й можливості визначення компонентного складу та детермінант його розвитку. У роботі використано методологію інституційно-системного підходу для пояснення особливостей функціонування ринку споживчих товарів в умовах глобалізації економічних процесів та представлення відповідних змін у відносинах між суб'єктами такого ринку за цих умов, що, у свою чергу, ініціює трансформацію державних, ринкових та громадських інститутів у системі регулювання ринку споживчих товарів. Інституційний підхід дозволив розкрити характеристики ринку споживчих товарів з позиції взаємообумовленого впливу інститутів регулювання (держави, ринкових

інструментів, громадськості) та процесів глобалізації. Системний підхід постає основою для репрезентації ринку споживчих товарів у вигляді динамічної системи, яка розвивається та в якій головне місце посідають злагоджені відносини між усіма її суб'єктами для економічного зростання, структурних зрушень, покращення умов та якості життя населення з метою задоволення потреб кожної людини, суб'єктів господарювання, організацій і всього суспільства.

Інституційно-системний підхід забезпечив можливість висвітлення перспектив удосконалення системи регулювання ринку споживчих товарів, ґрунтуючись на таких принципах: загальних (цілісності, нормативно-правового регламентування, комплексності, динамічності, сталого розвитку, соціальної пріоритетності, доцільності, диференційованості, науковості, єдності теорії та практики, керованості, оптимальності, порівнянності та альтернативності) та специфічних, які притаманні безпосередньо процесам *формування* (формування конкурентного середовища, симбіоз соціально-економічних інтересів учасників ринку, правове забезпечення та ін.), *функціонування* (розширення каналів реалізації споживчих товарів та джерел, об'єднання товаровиробників та споживачів, забезпечення збалансованого попиту і пропозиції на ринку, формування рівноважної ціни та інші) і *регулювання* споживчого ринку (визначення меж для державного втручання в існуючі ринкові механізми; сприяння взаємодії між всіма учасниками ринку; інформаційно-аналітичне забезпечення всіх учасників ринку; налагодження діяльності виробників споживчих товарів; консюмеризм; моніторинг ринку товарів споживання; прогнозування ринкової ситуації).

Ґрунтуючись на доктринальних положеннях синергетичного підходу, в дисертації сформульовано концептуальні положення регулювання ринку споживчих товарів, які окреслюють його базові методологічні імперативи (рис. 2). Основна ідея представленого концептуального базису полягає в налагодженні взаємодії інститутів влади з інститутами громадянського суспільства, ґрунтуючись на законодавчих, соціальних та економічних аспектах регулювання ринку споживчих товарів в умовах глобалізації.

Особливістю запропонованого концептуального базису є те, що в ній окреслено чотири предметні сфери, синергія яких дозволить досягнути поставлених завдань розвитку ринку споживчих товарів, зокрема: 1) ринок споживчих товарів, на якому представлені елементи (попит та пропозиція, модель ринку, характер споживчого товару), що можуть бути як перешкодою, так і каталізатором позитивного впливу на ринок споживчих товарів; 2) поведінка споживача, яка відтворює мету виробництва споживчого товару; 3) інститути державного регулювання, який представляється у вигляді законодавчого та економічного інструментарію, впливаючи на обмеження або доступність споживчого товару; 4) механізм організаційно-економічної узгодженості між попередніми сферами для розробки короткострокових та довгострокових планів і стратегій формування якісних, кількісних та цінових характеристик споживчих товарів.



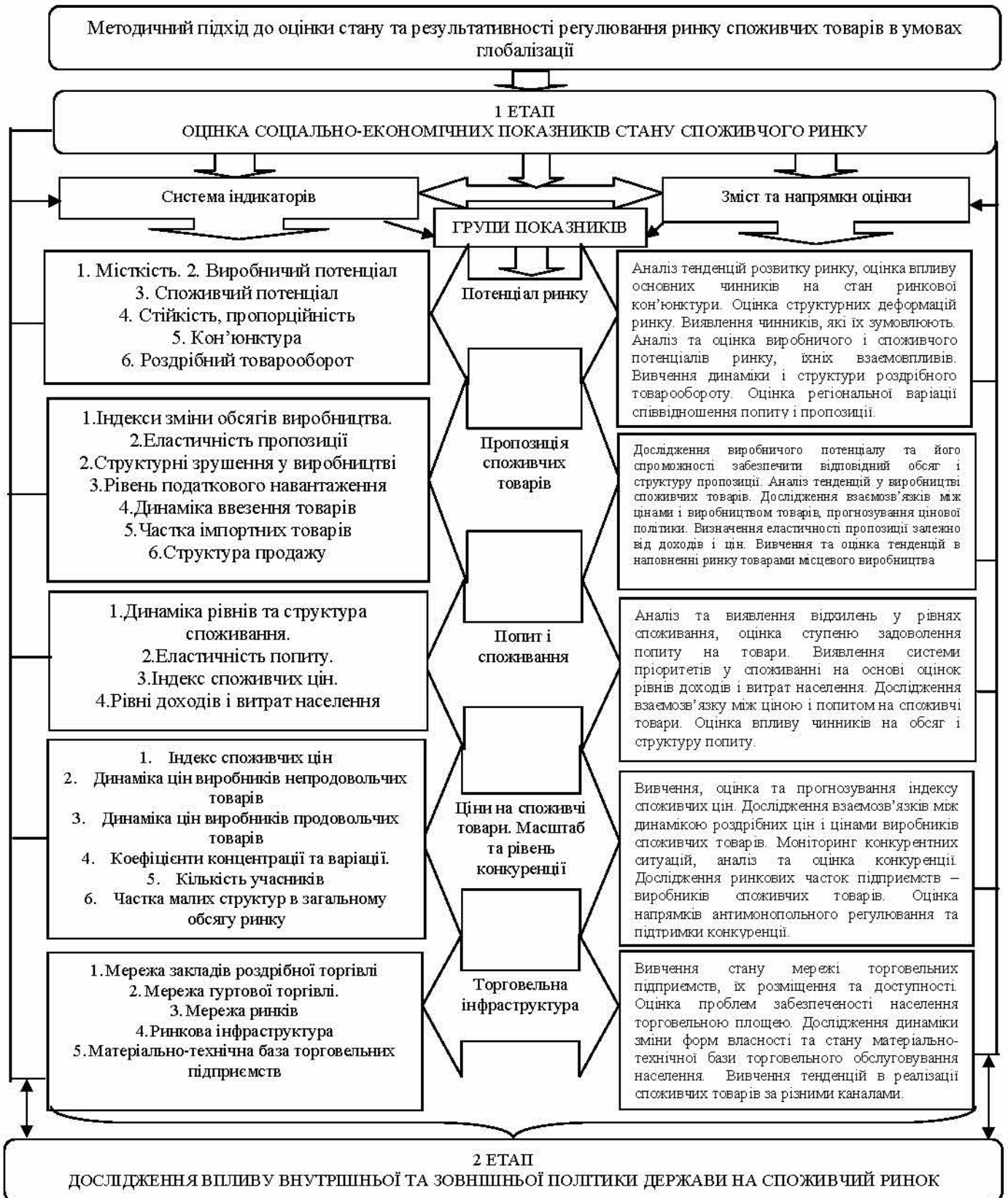
**Рис. 2. Теоретико-методологічний підхід до розробки концепції регулювання ринку споживчих товарів в умовах глобалізації**  
 Джерело: розроблено авторкою.

Багатоаспектність проблематики регулювання ринку споживчих товарів в умовах глобалізації зумовила необхідність розробки методичного підходу до пізнання сучасних тенденцій та результативності такого регулювання. Основною перевагою такого підходу до оцінки результативності регулювання споживчого ринку є те, що він ґрунтується на ідеї методологічного плюралізму та дозволяє використовувати диверсифіковані методи аналізу, насамперед, статистичний, феноменологічний та історико-генетичний. З позицій статистичного методу споживчий ринок представляється як сукупність диференційованих сегментів, або ніш. За використання історико-генетичного методу, який досліджує ринок як місце торгівлі та сукупність організаційних форм, можна простежити виникнення первинних форм ринкового обміну і їх подальшу еволюцію. Феноменологічний метод розглядає споживчий ринок як продукт взаємодії його учасників. Запропонована нами методика оцінки стану та результативності регулювання ринку споживчих товарів в умовах глобалізації передбачає два етапи: 1. Оцінювання соціально-економічних показників стану ринку споживчих товарів (пропозиція споживчих товарів, попит і споживання, ціни на споживчі товари, масштаб та рівень конкуренції, торговельна інфраструктура). 2. Дослідження впливу внутрішньої та зовнішньої політики держави на ринок споживчих товарів (дозволяє враховувати особливості розвитку процесів глобалізації економіки) (рис. 3). Це дозволяє нам розширити уявлення про сучасний споживчий ринок та визначити його не лише як систему постійного, добровільного, взаємовигідного і змагального обміну благами, але і як систему взаємодії всіх його учасників, що перебуває під впливом регулювання (крім цін) їх структурними зв'язками, відповідними інституційними формами, культурними конструкціями і владними ієрархіями.

У третьому розділі – **«Стан споживчого ринку України та оцінка результативності його регулювання в умовах глобалізації економіки»** – надано комплексну оцінку стану та тенденцій розвитку вітчизняного ринку споживчих товарів; обґрунтовано можливості і виявлено межі використання соціально-економічних та політичних показників для аналізу результативності використання інструментів регулювання ринку споживчих товарів України в умовах глобалізації.

В умовах нарощення впливу глобалізаційних процесів на національну економіку, головним чинником забезпечення сталості її розвитку є внутрішній ринок споживчих товарів країни, який поряд з іншими складовими економічної системи є рушійною силою висхідного поступу економічної системи країни. Останніми роками були складними для вітчизняного ринку споживчих товарів та економіки загалом, адже їх функціонування характеризувалось деструктивним тиском низки факторів, зокрема: нарощення заборгованості з виплати заробітної плати, за житлово-комунальні послуги й енергоносії; зниження економічної активності у країнах – торговельних партнерах України. За даними Світового банку, у 2018 р. Україна за показником ВВП на душу населення посіла 151-е місце серед 225 країн, що свідчить про досить низький рівень економічного розвитку.





**Рис. 3. Методичний підхід до оцінки результативності регулювання ринку споживчих товарів в умовах глобалізації**

Джерело: розроблено авторкою.

Динаміка основних економічних показників функціонування ринку споживчих товарів в Україні представлена в табл. 1.

**Динаміка основних економічних показників функціонування ринку  
споживчих товарів в Україні**

Показник	Рік								
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Індекс фізичного обсягу ВВП на душу населення, %	104,5	105,9	100,5	100,2	93,7	90,6	102,9	102,9	103,9
Індекси фізичного обсягу роздрібного товарообороту підприємств до попереднього року, у порівняльних цінах, %	110,1	113,2	112,3	106,1	90	80,2	104,5	106,0	105,8
Індекс споживчих цін, %	109,1	104,6	99,8	100,5	124,9	143,3	112,4	113,7	109,8
Частка продажу споживчих товарів, які вироблені в Україні, %, у т. ч.	64,3	61,9	58,9	57,2	57,8	58,1	55,8	52,3	53,2
- продовольчі товари	88,2	87,2	86,3	85,5	85,6	85,2	84,8	82,2	81,4
- непродовольчі товари	50	47,2	41,9	39	39,5	39,3	35,6	32,6	31,7
Індекс реального наявного доходу населення, %	117,1	118,2	109,6	106,1	88,5	79,6	102,0	110,9	109,9
Індекс продукції промисловості, %	112,0	114,4	110,3	95,7	89,9	87,0	102,8	100,4	101,6
Індекс продукції сільського господарства, %	98,5	99,4	100,1	113,3	102,2	95,2	106,3	97,8	108,1
Доходи населення, млрд грн	1101,2	1234,6	13648,2	1548,7	1516,8	1772,0	2051,3	2652,1	3219,5
Споживчі витрати населення, млрд грн	770,8	876,6	10236,2	1207,9	1183,1	1577,1	1866,7	2386,9	2962,0

Джерело: побудовано на основі офіційних даних державної служби статистики України.

Проведений аналіз дозволяє стверджувати про тісний зв'язок основних показників функціонування ринку споживчих товарів з рівнем економічного розвитку України. Протягом 2014-2015 рр. індекси фізичного обсягу роздрібного товарообороту підприємств демонстрували значне зниження торгової активності. Лише у 2016-2018 рр. відновилось зростання (на 4,5%, 6% та 5,6% відповідно). Також, має місце досить стійка тенденція зниження кількості об'єктів роздрібної торгівлі. Товарна структура товарообороту є деформованою, адже якщо у 2017 р. співвідношення продовольчих і непродовольчих товарів відповідало пропорції 40 до 60, то у 2018 р. частка продовольчих товарів зросла практично на 4% порівняно з попереднім роком. Важливим індикатором стану споживчого ринку є індекс споживчих цін. Саме високий рівень інфляції знижує купівельну спроможність населення, що також впливає на рівень реалізації, обсяг товарообороту, прибутковість підприємств, і в подальшому – на ВВП країни. Індекс споживчих цін з 2010 по 2012 рр. знижувався (відповідно у відсотках: 109,1, 104,6, 99,8); у 2012 р. кон'юнктура мала навіть дефляційний характер; у 2013 р. коливання оцінювались практично як нульові (100,5 %). Починаючи з 2014 р. відбулась різка зміна інфляційної динаміки, увійшовши у фазу галопуючої, а національна економіка від рецесії перейшла до стану глибокої депресії.

Для аналізу споживчого ринку важливим також є використання таких показників як доходи населення та споживчі витрати. В Україні починаючи з 2010 р. можна констатувати їх стрімке зростання в номінальному виразі.

У 2015-2018 рр. практично 90 % доходів домогосподарств витрачалися саме на товари споживання, що є тривожним сигналом про наявність дуже низького рівня реальних доходів населення і якості життя загалом. Сучасна структура національної економіки значною мірою орієнтована на мінімальні потреби соціуму та, відповідно, на низький рівень споживання, що не забезпечує відтворення потреб, які вже були сформовані раніше.

Отже, споживчий ринок України розвивається досить суперечливо, що пояснюється наявністю як позитивних спонтанних зрушень, так і негативних тенденцій, які набули стійкого характеру. Мають місце значні відмінності в рівнях споживання за регіонами України. На сучасному етапі розвитку національної економіки ринок споживчих товарів забезпечує переважну частку кінцевого споживання домашніх господарств країни, також опосередкує товарно-грошовий обмін значної маси товарів і послуг. Через ринок споживчих товарів реалізується близько 87 % грошових доходів всього населення. Таким чином, зростає роль ринку споживчих товарів у формуванні ВВП, збільшенні обсягів вітчизняного виробництва й темпів інвестицій.

У контексті визначення результативності регулювання ринку споживчих товарів України в умовах глобалізації вагоме значення має реалізація диверсифікованого підходу щодо проведення його оцінювання. З цією метою в роботі здійснено оцінювання впливу соціально-економічних та політичних факторів на результативність регулювання ринку споживчих товарів України в умовах глобалізації (табл. 2).

Проведений аналіз представлених економічних показників дозволив ідентифікувати негативний вплив на обсяг ВВП у розрахунку на душу населення зростання обсягу продажу споживчих товарів. У відповідності до отриманої моделі їх зростання на 1 % у свою чергу призводить до зниження обсягу ВВП на 0,4 %. Така ситуація підтверджує недостатню конкурентоспроможність споживчих товарів України. Головною причиною отриманої такої негативної залежності ВВП від обсягу продажу споживчих товарів України, є високий рівень тінізації економіки. Так як соціальна і економічна складова розвитку національної економіки є між собою взаємозалежними, існує взаємозв'язок між обсягом зростанням добробуту населення і розвитком ринку споживчих товарів. Встановлено, що при зростанні середньодушового доходу населення на 1 % обсяг роздрібного товарообороту збільшується практично на 0,97 %.

На підставі аналізу впливу промислової та зовнішньоекономічної політики на результативність регулювання ринку споживчих товарів встановлено: зростанню частки виробленої в межах країни інноваційної продукції на 1 % притаманне зростання частки продукції вітчизняних виробників на ринку на 0,07 %; негативним виявився вплив обсягів реалізації вітчизняних виробників, при їх зростанні на 1 % частка продукції вітчизняних виробників на споживчому ринку на 0,08 % зменшиться, а при зростанні обсягів імпорту на 1 % – зниження на 0,06 %. Негативна залежність між зростанням обсягів імпорту й часткою продукції вітчизняних виробників на внутрішньому ринку підтверджує гіпотезу про те, що зовнішньоекономічна політика держави повинна бути орієнтована на стимулювання іноземних інвестицій у виробництво та поступове й виважене обмеження рівня відкритості внутрішнього ринку для готової продукції імпортерів.

**Параметри впливу факторів на результативність регулювання ринку  
споживчих товарів України в умовах глобалізації**

Етапи	Показник	Функціо- нальна залежність	Адекватність рівняння
1. Оцінка соціально-економічних показників ринку споживчих товарів України	Економічний показник впливу факторів ринку споживчих товарів на ВВП (індекс споживчих цін ( $x_1$ ), обсяг роздрібного товарообороту ( $x_2$ ), кількість об'єктів роздрібно торгівлі ( $x_3$ ), обсяг продажу споживчих товарів, що вироблені в Україні ( $x_4$ ))	$Y=13,33+1,05x_2-1,04x_3-0,4x_4$	Коефіцієнт детермінації ( $R^2=0,9945$ ). ( $R^2$ норм = 0,9932). Тобто 99 % змін показника пояснюється включеними у регресію факторами. Коефіцієнт кореляції ( $R=0,9973$ ) також близький до одиниці, тому існує тісний зв'язок усіх незалежних змінних із залежною змінною $Y$ . Для отриманої моделі розрахункове значення критерію Фішера ( $F$ розр) становить 729,6, що більше за критичне значення $F$ табл (3; 12; 0,05) = 3,49, що говорить про те, що знайдене рівняння залежності з імовірністю 95 % адекватне вихідним даним.
	Соціальний показник залежності результативності регулювання ринку споживчих товарів від добробуту населення	$Y=2,98+0,97x$	Множинний $R=0,992080764$ . $R$ -квадрат = 0,984224242. Нормований $R^2=0,983172524$ . Стандартна похибка = 0,11610618. Для отриманої моделі розрахункове значення критерію Фішера ( $F$ розр) становить 935,8, що більше за критичне значення $F$ табл = 3,49
2. Оцінка внутрішньої та зовнішньої політики	Вплив промислової та зовнішньоекономічної політики на результативність регулювання ринку споживчих товарів (частка інноваційної продукції, що є новою для ринку ( $x_1$ ), динаміка обсягів реалізації продукції вітчизняними виробниками ( $x_2$ ), динаміка обсягів імпорту ( $x_3$ ))	$Y=1,36+0,07x_1-0,08x_2-0,06x_3$	Коефіцієнт детермінації $R=0,922$ . Коефіцієнт кореляції, $R=0,96$ . Нормований $R^2=0,897$ . Стандартна похибка = 0,028. Критерій Фішера ( $F$ розр) = 35,7. $F$ табл (3; 7; 0,05) = 3,86. Тобто 92,2 % змін показника пояснюється включеними в регресію факторами. Представлене рівняння залежності з імовірністю 95 % адекватне вихідним даним
	Вплив грошово-кредитної та бюджетно-податкової політики на ринок споживчих товарів ( $x_1$ – видатки державного бюджету на економічну діяльність; $x_2$ – грошова маса (агрегат $M_2$ ); $x_3$ – частка заощаджень в доходах домогосподарств)	$Y=-2,2+0,05x_1+1,1x_2$	Коефіцієнт детермінації ( $R^2=0,995$ ) наближається до одиниці і вищий за нормоване значення ( $R^2$ норм = 0,987). Тобто 99 % змін показника пояснюється включеними у регресію факторами. Коефіцієнт кореляції ( $R=0,989$ ) також близький до одиниці. Для отриманої моделі розрахункове значення критерію Фішера ( $F$ розр) становить 375,8, що більше за критичне значення $F$ табл (2; 8; 0,05) = 4,46. Отже, знайдене рівняння залежності з імовірністю 95 % адекватне вихідним даним.

Джерело: складено авторкою.

Аналіз показника впливу грошово-кредитної та бюджетно-податкової політики дозволив констатувати тісний взаємозв'язок та залежність результатів застосування таких інструментів регулювання, як грошово-кредитна політика й бюджетно-податкова політика на функціонування ринку споживчих товарів. Так, при зростанні видатків державного бюджету на економічну діяльність на 1 % відбудеться також зростання роздрібного товарообороту на 0,05 %, а при зростанні грошової маси на 1 % спостерігатиметься його зростання на 1,1 %.

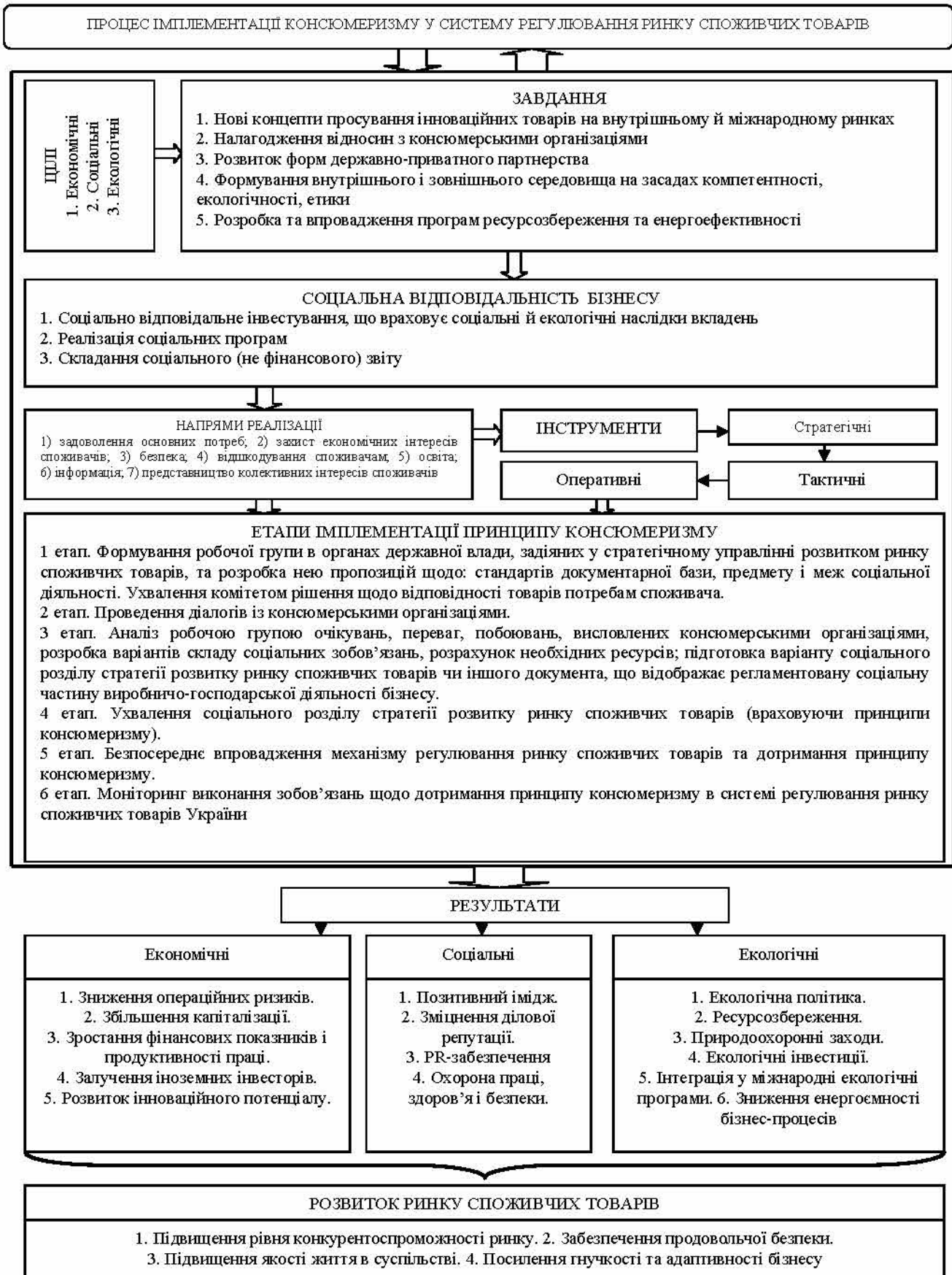
Тобто від стану і результативності інструментів регулювання залежать умови споживання, заощаджень та інвестування, обсяги сукупного попиту і пропозиції, умови взаємодії ринку споживчих товарів із зовнішнім світом в умовах глобалізації.

У четвертому розділі **«Державна політика забезпечення захисту інтересів споживачів на ринку товарів в умовах глобалізації»** обґрунтовано необхідність імплементації принципу консюмеризму в систему регулювання ринку споживчих товарів України; представлено інструментарій оцінки рівня захисту інтересів споживачів на ринку товарів в умовах глобалізації; висвітлено варіативність інструментів стимулювання розвитку соціальної відповідальності бізнесу та визначено перспективи їх інтеграції в систему регулювання ринку споживчих товарів України.

Побудова в Україні ефективної системи регулювання ринку споживчих товарів тісно пов'язана зі створенням гідних умов для проживання населення, захисту прав громадян у всіх сферах життєдіяльності. Реалізація цих стратегічних завдань вимагає ефективної соціально-економічної політики, значне місце в якій посідає принцип консюмеризму. Консюмеризм являє собою систему відносин, що виникають у межах організованого суспільного руху, спрямованого на захист інтересів споживачів та підвищення соціальної відповідальності виробників і продавців товарів перед споживачами й суспільством загалом. Забезпечуючи споживачам свободу вибору і виконуючи захисну, інформаційну, просвітницьку та регулюючу функції, консюмеризм виступає тим механізмом у сучасному суспільстві, який сприяє вирівнюванню ринкових позицій споживача і продавця, слугує рушієм ділової активності, фактором підвищення життєвого рівня населення та розвитку ринку споживчих товарів України в умовах глобалізації. Представлено теоретико-методологічний базис процесу імплементації принципу консюмеризму в систему регулювання ринку споживчих товарів України (рис. 4).

До стратегічних цілей імплементації принципу консюмеризму в систему регулювання ринку споживчих товарів України віднесено: прийняття законів і підзаконних нормативно-правових актів у сфері дотримання принципу консюмеризму, які б відповідали вимогам сучасного ринку споживчих товарів; приведення до відповідності вітчизняного законодавства з міжнародним правом; вироблення єдиних стандартів відповідності акредитації і стандартизації до світових вимог; підвищення ролі громадських організацій у питанні захисту інтересів на ринку споживчих товарів; вдосконалення патентної та ліцензійної діяльності відповідних державних органів щодо захисту інтересів прав споживачів; вдосконалення шляхів саморегулювання захисту інтересів споживачів в умовах глобалізації.

Запропоновано методіку оцінки рівня захисту інтересів споживачів на ринку товарів в умовах глобалізації, яка ґрунтується на спеціальних формальних підходах і методах шляхом модифікації моделі мультиатрибутного товару. Застосування цієї моделі до процесу оцінювання захисту інтересів споживачів як однієї з найважливіших функцій консюмеризму в кожному окремому товарі чи послугі передбачає оцінку не атрибутів товару, а того, наскільки при його використанні споживач є захищеним.



**Рис. 4. Схематичне представлення процесу імплементації принципу консюмеризму в систему регулювання ринку споживчих товарів України**  
Джерело: розроблено авторкою.

При цьому параметри важливості й наявності атрибута замінюються параметрами важливості захисту того чи іншого права споживача в цьому товарі та наявного такого захисту з боку виробника.

$$U = u_1 x_1 + u_2 x_2 + \dots u_i x_i + \dots u_n x_n, \quad (1)$$

де  $U$  – індекс захищеності споживачів товару;

$u_i$  – важливість захисту  $i$ -того права в заданому товарі;

$x_i$  – сприйняття рівня захисту  $i$ -того права в розглянутому товарі;

$n$  – законодавчо визначене число прав споживачів.

Констатовано, що при високій важливості й низькій наявності повинні включатися механізми регуляції – колективна реакція споживачів і держави. Залежно від груп товарів, їхньої важливості для виживання суспільства можуть бути використані різні оцінки «правової захищеності споживачів», аналогічні тим, які застосовуються в моделі мультиатрибутного товару. Вимірювання рівня захищеності прав споживачів на основі композиційного підходу реалізується в такий спосіб:

$$A_{ij} = \sum_{k=1}^n W_{jk} X_{ijk}, \quad (2)$$

де  $A_{ij}$  – позиція особи  $j$  по відношенню до товару  $i$ ;

$W_{jk}$  – відносна важливість для особи  $j$  захищеності права  $k$ ;

$X_{ijk}$  – сприйнята особою  $j$  рівень захищеності права  $k$  в товарі  $i$  (бал);

$n$  – кількість врахованих (детермінованих) прав споживачів.

Використання такої моделі вимагає у якості вихідної інформації бальну оцінку рівня наявності захищеності заданого права в розглянутому товарі. Така оцінка повинна проводитися за шкалою інтервалів.

Визначено, що процес захисту прав споживачів вимагає не лише регулювання, яке здійснюється державними органами влади часто без необхідного погодження своїх дій, але також і моніторингу, який дозволить оцінити рівень захищеності прав споживачів у товарах, які перебувають на ринку та знаходяться на стадії виходу на ринок. Тому стратегічно важливим вектором забезпечення результативності захисту інтересів споживачів на ринку товарів в умовах глобалізації є розширення співпраці держави та громадських організацій, що базуватиметься на засадах збалансування інтересів держави, бізнесу і споживачів, надання державної підтримки неурядовим організаціям за умов збереження незалежності їх рішень, підтримки соціального діалогу між державними та громадськими організаціями та активної позиції місцевої влади щодо підтримки таких процесів.

Доведено необхідність посилення в умовах глобалізації обопільного зв'язку між рівнем розвитку соціальної сфери та ринком споживчих товарів, що потребує активізації процесів забезпечення соціальної відповідальності бізнесу, соціалізації економіки, соціального партнерства в контексті затвердження нової системи суспільних цінностей, а саме – орієнтація на індивідуалізацію товару і відносин між учасниками ринку, що передбачає всебічний розвиток індивіда та захист його інтересів як споживача. Представлено науково-методологічний підхід до забезпечення соціальної відповідальності бізнесу, який включає

положення щодо визначення можливостей соціально-економічних систем зберігати рівновагу на ринку споживчих товарів в умовах глобалізації, що насамперед забезпечується скоординованою дією громадянського суспільства, держави та бізнесу. Такий підхід передбачає реалізацію сукупності заходів щодо забезпечення соціальної відповідальності бізнесу, спрямованих на коригування й компенсування порушень рівноваги на ринку споживчих товарів в Україні, зокрема: дотримання системності в забезпеченні соціальної відповідальності бізнесу (введення в організаційну структуру компанії фахівця з соціальної відповідальності, проведення моніторингу за результативністю дотримання соціальної відповідальності та ознайомлення громадськості з результатами); стратегічність забезпечення соціальної відповідальності бізнесу (впровадження програм і проектів у цьому напрямі, фінансово-кредитна підтримка стимулювання бізнесу до соціальної відповідальності та інші); організація комунікативності та фаховості соціальної відповідальності бізнесу (збільшення кількості ознайомих та зацікавлених; зростання кількості інноваційних підходів і партнерств до впровадження соціальної відповідальності бізнесу; налагодження діалогу вітчизняного бізнесу та ЗМІ; приєднання вітчизняних компаній до європейських мереж соціальної відповідальності бізнесу).

Перевагами представленого підходу для бізнесу є можливість нарощення конкурентних переваг (більші обсяги продажів і прибутків, зростання продуктивності і якості, покращення процесів прийняття рішень і управління ризиками, економію операційних витрат, надійну репутацію, ефективну базу людських ресурсів тощо), для споживача (суспільства) – забезпечити належний рівень якості життя, екологічну безпеку, ефективність використання природних ресурсів тощо, а для держави створить передумови для налагодження її співпраці з бізнесом у напрямках реалізації соціально орієнтованих програм розвитку національної економіки.

У п'ятому розділі – **«Стратегічні напрями удосконалення механізму регулювання ринку споживчих товарів України в умовах глобалізації»** – обґрунтовано стратегічні орієнтири удосконалення регулювання ринку споживчих товарів України; розроблено концептуальну модель формування та реалізації механізму регулювання ринку споживчих товарів в умовах глобалізації; запропоновано шляхи підвищення результативності використання маркетингових досліджень в системі регулювання ринку споживчих товарів України.

Зміни в соціально-економічному середовищі, необхідність прискорення децентралізації системи управління, посилення регулюючих функцій ринкових механізмів і громадського регулювання зумовлюють необхідність вироблення нових стратегічних заходів до регулювання ринку споживчих товарів в умовах глобалізації, які дозволять забезпечити збалансований, стійкий й безпечний його розвиток та розширення, сформуванню повноцінне соціально орієнтоване ринкове середовище, задовольняючи попит населення на споживчі товари за доступними цінами та гарантованому рівні якості й безпеки товарів. Для розв'язання таких завдань нами запропоновано стратегічні напрями та організаційно-економічні механізми їх реалізації (рис. 5).



СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ СПОЖИВЧИХ ТОВАРІВ			
Заходи	Напрями реалізації	Організаційно-економічні механізми реалізації	Очікувані результати
Заходи щодо стабілізації і збалансування ринку споживчих товарів	1. Цінова стабілізація. 2. Збалансування попиту і пропозиції. 3. Підвищення результативності інфраструктури ринку споживчих товарів	Проведення товарних та фінансових інтервенцій на ринку споживчих товарів. Цінова підтримка виробників. Організація постійного моніторингу цін. Встановлення фіксованих цін на споживчих товарів. Проведення товарних інтервенцій на ринку. Розроблення балансів основних продовольчих і непродовольчих товарів. Створення стабілізаційних фондів. Рационалізація та інтенсифікація товароруку й розширення каналів реалізації товарів	Попередження різких коливань цін Забезпечення цінової доступності товарів Поліпшення цінової кон'юнктури. Товарна і структурна відповідність попиту і пропозиції споживчих товарів. Формування цивілізованої торговельної інфраструктури тощо
Заходи щодо розвитку і розширення ринку споживчих товарів	1. Підтримка підприємництва. 2. Розширення виробництва на власній ресурсній базі. 3. Підвищення платоспроможного попиту. 4. Структурна перебудова реального сектору економіки. Залучення інвестицій у виробництво споживчих товарів	Впровадження гнучкої системи преференцій щодо податків. Створення системи фінансово-кредитних гарантій та здешевлення кредитів. Надання пільг в оренді приміщень. Впровадження державного і регіонального замовлення за найбільш значущими товарами. Сприяння технічній та технологічній переоснащеності виробництва споживчих товарів. Підвищення реальних грошових доходів населення. Формування оптимальної структури виробництва споживчих товарів. Сприяння підприємствам у розробленні інвестиційних проєктів та інші	Доступність управлінських послуг, простота та прозорість дозвільних процедур організації виробництва. Активізація підприємницької діяльності у сфері виробництва споживчих товарів. Збільшення додаткової кількості робочих місць. Розширення сегменту товарів. Підвищення споживчих характеристик товарів. Розвиток інвестиційного потенціалу
Заходи щодо захисту і безпеки ринку споживчих товарів	1. Контроль за ринком споживчих товарів. 2. Захист прав споживачів. Гарантування продовольчої безпеки населення	Контроль за якістю і безпекою товарів. Контроль за ціноутворенням на основні споживчі товари. Державна стандартизація, сертифікація та експертиза споживчих товарів. Встановлення вимог до якості споживчих товарів. Правовий захист прав споживачів. Інформування населення про якісні характеристики товарів та їхні права. Забезпечення фізіологічної і економічної доступності продовольчих товарів всім категоріям населення. Розроблення балансів виробництва і споживання продовольчих товарів та інші	Посилення контролю за якістю і безпекою товарів. Захист ринку споживчих товарів від поступлень фальсифікованих і контрафактних товарів. Підвищення якості роботи щодо захисту прав споживачів Залучення громадських організацій до контролю за якістю товарів та активізація їхньої діяльності. Попередження продовольчих криз на ринку споживчих товарів та інші
Заходи щодо підвищення конкурентності ринку споживчих товарів	1. Економічний протекціонізм і підтримка вітчизняного товаровиробника. 2. Нарощення експортного потенціалу виробництва товарів	Забезпечення добросовісної конкуренції, обмеження монополізму. Податкове стимулювання економічної активності виробництва наукомістких споживчих товарів. Ведення прямого бюджетного дотування сільськогосподарського товаровиробника. Кредитна підтримка виробництва наукомістких споживчих товарів. Залучення іноземних інвестицій в технічне і технологічне оновлення виробництва споживчих товарів та інші	Обмеження монополізму у виробництві споживчих товарів та торгівлі. Зміцнення конкурентності підприємств, які виробляють наукомісткі споживчі товари. Створення внутрішніх умов для нарощення виробництва конкурентних споживчих товарів. Визначення конкурентних переваг на зовнішніх ринках тощо

**Рис. 5. Стратегічні напрями удосконалення регулювання ринку споживчих товарів та інструменти їх реалізації**

Джерело: розроблено авторкою.

Зважаючи на те, що ринок споживчих товарів характеризується високою нестабільністю, представлені стратегічні орієнтири потребують деталізації, а

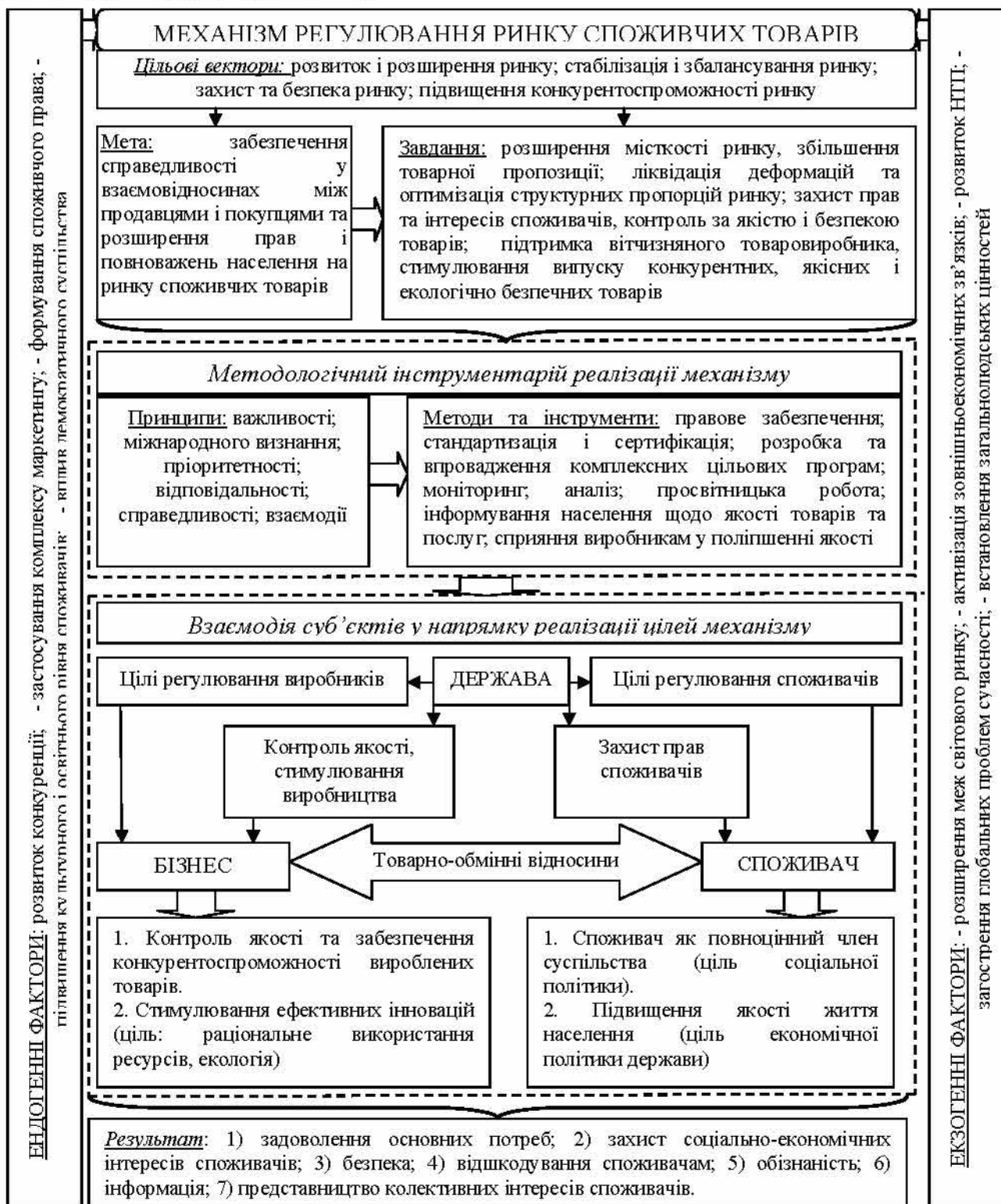
механізми та напрямки досягнення позитивних результатів підлягають комплексному аналізу, змістовній оцінці й корегуванню. Кожна з представлених стратегічних цілей забезпечується конкретними тактичними цілями – комплексу послідовних дій та заходів, які дозволяють своєчасно систематизувати підходи і спрямувати дії держави на виконання завдань, визначених на кожному конкретному етапі розвитку ринку споживчих товарів.

Обґрунтовано, що важливими завданнями поживлення ринку споживчих товарів України в умовах глобалізації повинні стати заходи, спрямовані на розширення товарної пропозиції, стимулювання платоспроможного попиту, розвиток ринкової та торговельної інфраструктури. Збільшення пропозиції споживчих товарів та розширення їхнього асортименту лежить у площині структурної перебудови реального сектору економіки країни. Ця проблема обумовлює необхідність розробки дієвого механізму регулювання ринку споживчих товарів, який має бути адаптований до вимог глобалізації (рис. 6). Цільовими векторами механізму є: розвиток і розширення ринку споживчих товарів; забезпечення стабілізації і збалансування ринку; захист і безпека ринку споживчих товарів; забезпечення підвищення конкурентоспроможності ринку. Встановлено, що бажаними результатами реалізації представленого механізму регулювання ринку споживчих товарів в умовах глобалізації буде соціально-економічна й політична стабілізація, що дозволить суттєво підвищити рівень і якість життя населення, забезпечити доступність товарів; гарантуватиме належний рівень продовольчої безпеки країни.

Результативність реалізації механізму регулювання ринку споживчих товарів буде залежати від розроблення і впровадження організаційно-функціональної моделі маркетингу як своєрідного маркетингового проекту. Саме маркетинг відіграє важливу роль в організації будь-якого ринку, вивченні і виявленні реальних потреб споживачів у товарах, формуванні попиту в інтересах виробника й споживача, прогнозуванні ринкової кон'юнктури. Використання маркетингових підходів у механізмі регулюванні ринку споживчих товарів передбачає: визначення перспективної моделі регулювання ринку споживчих товарів і оцінка можливостей задоволення попиту населення в якісних споживчих товарах за рахунок власного виробництва; всебічна маркетингова підтримка малого та середнього бізнесу; формування та розвиток банку власної інформації; функціонування центрів маркетингових досліджень на макро- та мікрорівнях; налагодження гнучких зв'язків із виробниками споживчих товарів за кордоном; допомога у формуванні та функціонуванні нових організаційних структур із надання маркетингових послуг.

Для забезпечення результативності та комплексності реалізації маркетингових проектів доцільно створити в регіонах країни організації, які проводитимуть маркетингові дослідження на замовлення держави, бізнесу та громадськості. Основними напрямками їх діяльності має бути: формування системи інформаційної підтримки розвитку ринку споживчих товарів та надання необхідної аналітичної інформації учасникам ринку; організація просування споживчих товарів на внутрішньому та зовнішньому ринках; налагодження відносин між товаровиробниками в контексті погодження їх маркетингових програм, орієнтованих на реалізацію стратегічних й тактичних цілей розвитку споживчого ринку; управління платоспроможним попитом, його прогнозування

за ключовими сегментами ринку; прогнозування місткості і кон'юнктури ринку споживчих товарів; випуск інформаційно-реklamних матеріалів, надання консультацій тощо. Прогнози кон'юнктури ринку споживчих товарів, його місткості та визначення впливу основних чинників слугуватимуть основою для обґрунтування доцільності, напрямків та інструментів втручання органів влади в розвиток ринкових механізмів.



**Рис. 6. Концептуальна схема формування та реалізації механізму регулювання ринку споживчих товарів України в умовах глобалізації\***  
Джерело: розроблено авторкою.

## ВИСНОВКИ

У дисертаційній роботі здійснено теоретичне узагальнення та запропоновано вирішення актуальної науково-практичної проблеми, що полягає в обґрунтуванні теоретичних, методологічних засад регулювання ринку споживчих товарів України та розроблення науково-прикладних рекомендацій щодо його вдосконалення в умовах глобалізації. За результатами теоретико-методологічного та практичного дослідження сформовано такі висновки та пропозиції:

1. Сформовано теоретичне підґрунтя для обґрунтування авторського підходу до розуміння сутнісного змісту та виокремлення специфічних характеристик поняття «ринку споживчих товарів». Визначено, що ринок споживчих товарів можна інтерпретувати через: специфічний інститут економіки є його сутністю; сукупність соціально-економічних відносин між продавцем і покупцем, відносини формуються та розвиваються під впливом механізмів конкуренції та державного регулювання; задоволення потреб населення шляхом купівлі-продажу якісних споживчих товарів. Обґрунтовано, що ринок споживчих товарів дозволяє вирішувати гострі соціально-економічні проблеми суспільства, а саме: оптимізує пропорції в економіці і структурі виробництва відповідних споживчих товарів; забезпечує стимулювання інноваційно-інвестиційної діяльності виробників споживчих товарів; узгоджує соціально-економічні інтереси можливих учасників ринку та забезпечує відповідні взаємозв'язки між різними галузями та регіонами; слугує індикатором соціальної стабільності і критерієм оцінювання рівня якості життя населення.

2. Визначено, що особливістю формування ринку споживчих товарів є спонтанний характер його розвитку, який є наслідком відсутності чіткої моделі регулювання розвитку економіки країни загалом. Особливостями розвитку ринку споживчих товарів є: цінова дестабілізація і порушення рівноваги ринку на його найбільш соціально значущих сегментах; непрогнозованість ринкової кон'юнктури; незавершеність процесу формування вітчизняного ринкового середовища. Тобто проблему регулювання ринку споживчих товарів варто розглядати не з позицій його необхідності або доцільності, а чіткості визначення цілей, форм і меж втручання, та, відповідно, його наслідків.

3. Сформовано концептуальний базис системи регулювання ринку споживчих товарів, який передбачає чітке окреслення й узагальнення цілей, завдань, методів та інструментів регулювання для досягнення поставленої мети та розв'язання суперечностей. Сукупність методів поділено на п'ять органічно взаємопов'язаних груп: правові, економічні, фінансові, інституційно-організаційні і соціально-психологічні. До інструментів державного регулювання ринку споживчих товарів запропоновано відносити: встановлення цін та граничних торговельних надбавок, асортименту товарів соціального характеру; надання субсидій, державних гарантій позик та кредитів; підтримка необхідного рівня доходів населення; накладення штрафів і санкцій; податкова політика; товарні інтервенції та державні закупівлі; ліцензування діяльності і встановлення правил роботи підприємств й організацій шляхом сертифікації,

стандартизації та патентування; консюмеризм; соціальне планування; стимулювання до раціональної структури споживання та інші.

4. Представлено методологічні засади до дослідження ринку споживчих товарів та його регулювання, які ґрунтуються на інституційно-системному підході, що дозволяє враховувати особливості впливу інститутів державного, ринкового, громадського регулювання на ринок споживчих товарів та взаємовідносини між усіма його суб'єктами в умовах глобалізації. Такий підхід передбачає дотримання сукупності загальних та спеціальних принципів, які притаманні безпосередньо процесам формування, функціонування й регулювання ринку споживчих товарів. Доведено, що споживчий ринок необхідно досліджувати комплексно, як основу розвитку національної економіки, а його стан розвитку виступати індикатором соціально-економічних процесів, які відбуваються в країні.

5. Удосконалено науково-методологічний підхід до формування концепції регулювання ринку споживчих товарів в умовах глобалізації, зміст якого полягає у комплексному збалансуванні всіх його предметних сфер: ринку споживчих товарів; поведінки споживача; державних регуляторів та механізму їх узгодженості. Імплементация такого підходу відбувається із використанням сукупності методів (моніторинг, когнітивний аналіз, сценарний аналіз, кластерний аналіз, кореляційно-регресійний аналіз), які дозволяють ідентифікувати цінову ситуацію на споживчому ринку, фактори впливу на ціни і тарифи, формувати достовірний сценарій розвитку та будувати модель факторної залежності.

6. Запропоновано методичний підхід до дослідження стану споживчого ринку та результативності його регулювання в умовах глобалізації національної економіки. Аргументовано доведено необхідність застосування принципів методологічного плюралізму, який передбачає дотримання двох етапів: оцінка соціально-економічних показників стану ринку споживчих товарів та дослідження впливу внутрішньої та зовнішньої політики держави на ринок споживчих товарів, що дозволяє враховувати особливості розвитку процесів глобалізації економіки. До методів дослідження результативності регулювання споживчого ринку запропоновано віднести статистичний, історико-генетичний та феноменологічний, що дозволяє враховувати національну специфіку соціально-економічного розвитку країни за показниками споживчого ринку.

7. Встановлено, що сучасний стан функціонування ринку споживчих товарів в Україні характеризується сукупністю негативних тенденцій, однією з яких є глибока економічна криза, яка обумовлена значною мірою важким воєнно-політичним становищем у країні. Ринок споживчих товарів є частиною економіки, тому процеси, які відбуваються в сфері національної економіки, та фактори, які на них впливають, одночасно стосуються ринкових відносин і зумовлюють зміни на ринку споживчих товарів. За допомогою кореляційно-регресійного аналізу було визначено, що існує прямо пропорційний зв'язок між динамікою змін доходів населення і обсягом роздрібного товарообороту на споживчому ринку.

8. Здійснено аналіз результативності інструментів промислової, зовнішньоекономічної, фінансово-кредитної та бюджетно-податкової політики через виявлення динаміки ринку споживчих товарів в Україні. Для цього удосконалено методику дослідження споживчого ринку, яка характеризується виокремленням блоку факторного аналізу, який описує зміни ринку споживчих товарів під впливом інструментів державного регулювання та фіксує визначально значущі умови успішного функціонування такого ринку (формування попиту, пропозиції і опосередкування зав'язків між споживачем та виробником у контексті забезпечення стану рівноваги). Це дозволило застосувати представлену методику для оцінки стану ринку споживчих товарів і результативності його регулювання, яка віддзеркалює споживчий ринок і кількісно оцінює відповідні факторні зміни.

9. Процеси глобалізації, політика сталого розвитку ринку споживчих товарів, вибір шляху євроінтеграції Україною, актуалізують важливість удосконалення системи регулювання ринку споживчих товарів, дотримуючись принципу консюмеризму, який є важливим чинником для забезпечення позитивного іміджу, конкурентоспроможності ринку, рівня якості життя тощо. Теоретико-методологічною основою державної політики імплементації принципу консюмеризму у систему регулювання ринку споживчих товарів обрано та обґрунтовано системний і логічний підходи. До завдань консюмеризму в державній політиці регулювання ринку споживчих товарів України віднесено: створення ринкових механізмів захисту інтересів споживачів, які адекватні європейським вимогам; удосконалення державного нагляду на ринку та виробництві споживчих товарів; забезпечення балансу між технічним регулюванням і споживчою політикою; переорієнтування головних завдань стандартизації і сертифікації на потреби споживача; активізація практики співробітництва служб захисту інтересів споживачів із виробниками продукції та ринком задля виявлення фальсифікованих товарів; підвищення результативності функціонування національної системи технічного регулювання у контексті гармонізації законодавства з вимогами Світової організації торгівлі та ЄС.

10. Сформовано науково-методологічний підхід до визначення рівня захисту інтересів споживачів на ринку товарів, використовуючи модель мультиатрибутного товару, що передбачає оцінку не атрибутів товару, а того, наскільки при його використанні споживач є захищеним (його права як споживача дотримуються). При цьому параметри важливості і присутності атрибута замінюються параметрами важливості захисту того чи іншого права споживача в даному товарі і присутності даного захисту з боку виробника. При високій важливості і низькому захисті заданого права споживача повинні включатися механізми регуляції і саморегуляції – колективна реакція споживачів та реакція держави. Залежно від груп товарів, поставленого завдання, важливості товару для виживання суспільства можуть бути використані різні оцінки захищеності споживачів, аналогічні тим, які застосовуються в моделі мультиатрибутного товару.

11. Визначено перспективи державної політики щодо забезпечення соціальної відповідальності бізнесу, що виступає одночасно коригуючим та компенсаторним інструментом для ринку споживчих товарів і його рівноваги, що, у свою чергу, сприяє сталому розвитку національної економіки в умовах глобалізації. Представлені етапи стимулювання розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні: дотримання діючого законодавства; здійснення доброчинної діяльності; використання зв'язків з громадськістю; покращення результативності бізнес-процесів; використання стратегічного підходу до забезпечення соціальної відповідальності бізнесу.

12. Визначені стратегічні імперативи щодо удосконалення системи регулювання ринку споживчих товарів в умовах глобалізації національної економіки: впровадження гнучкої системи преференцій; становлення системи фінансово-кредитних гарантій і здешевлення кредитів; впровадження державного та регіонального замовлення за більш значущими товарами; сприяння технічній і технологічній переоснащеності процесу виробництва споживчих товарів; сприяння підвищенню реальних грошових доходів громадян; впровадження гнучкої системи преференцій у сфері податків; розробка системи фінансово-кредитних гарантій і здешевлення кредитів; пільги в оренді приміщень; державне та регіональне замовлення на більш значущі товари; контроль за якістю й безпекою товарів; організація контролю за ціноутворенням на ключові споживчі товари; систематизація вимог до якості споживчих товарів; захист прав споживачів та інші. Усе це дозволить забезпечити розвиток ринку споживчих товарів та його відповідності рівню розвинених країн і, як наслідок, сприяти успішній інтеграції України у світовий соціально-економічний простір.

13. Представлено теоретичну архітектуру механізму регулювання ринку споживчих товарів, яка враховує системно-функціональний підхід, цілі, принципи, заходи, методи та інструменти реалізації у напрямку формування дієвої інфраструктури ринку споживчих товарів України до потреб держави та суспільства. Такий механізм орієнтований на вирішення комплексу стратегічних доміант регулювання ринку споживчих товарів в умовах глобалізації, зокрема: розширення місткості ринку, збільшення товарної пропозиції; ліквідація деформацій та оптимізація структурних пропорцій ринку; захист прав та інтересів споживачів, контроль за якістю і безпекою товарів; підтримка вітчизняного товаровиробника, стимулювання випуску конкурентних, якісних і екологічно безпечних товарів.

14. Обґрунтована необхідність та перспективність використання проектів маркетингових досліджень у механізмі регулювання ринку споживчих товарів України. До особливостей використання маркетингових технологій в системі регулювання ринку споживчих товарів належать: забезпечення й підтримка конкурентоспроможності національних товаровиробників на внутрішньому та міжнародному ринках; допомогу в знаходженні специфічних власних ніш на них; формування більш сприятливішого середовища та реалізацію умов для зростання виробництва якісних споживчих товарів; вироблення сукупності регулятивних заходів, які орієнтовані на оптимізацію різних обмінних процесів

між всіма учасниками ринку; позиціонування національного товаровиробника на внутрішньому і зовнішніх ринках; контроль за платоспроможним попитом; стимулювання нових потреб у споживчих товарах, перш за все за певними соціальними верствами населення; налагодження дієвих механізмів взаємодії держави, бізнесу та споживачів.

## СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

*Наукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати дисертації:*

### *Монографії:*

1. Капленко Г. В. Механізм регулювання ринку споживчих товарів в Україні: теорія, методологія, практика: монографія. Чернігів: ЧНТУ. 2019. 382 с. (16,5 друк. арк.).
2. Kaplenko G. Administrative barriers in the Ukrainian economy and the conceptual formulation of the problem of their forecasting. *Association agreement: driving integrational changes*. 2019. Vol. III Monograph. P. 32-46. (0,8 друк. арк.).

### *Статті в наукових фахових виданнях та виданнях, внесених до наукометричних баз даних:*

3. **Kaplenko G.**, Bereza S., Sloboda I. Forming the transparency and openness trends in the Ukrainian public sector. *Innovative Economics and Management*. 2019. Vol. VI, № 2. P. 30-39. [Міжнародна наукометрична база: Google Scholar, Index Copernicus, фахове видання]. (0,6 друк. арк.). *Особистий внесок авторки: використання електронного врядування для державного регулювання соціально-економічних процесів (0,4 друк. арк.).*
4. Капленко Г. В. Методичний інструментарій оцінки рівня захисту інтересів споживачів на ринку товарів. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2019. №4. Том2. С.196-178. [фахове видання] (0,5 друк. арк.).
5. Капленко Г. В. Про суть попиту населення на споживчі блага. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. Серія: «Економічні науки». 2019. № 12. URL: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2019-12-5533>. [Міжнародна наукометрична база: Google Scholar, Index Copernicus, фахове видання]. (0,5 друк. арк.).
6. Капленко Г. В. Проблема прогнозування споживчого попиту в її концептуальній постановці. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. Серія: «Економічні науки». 2019. № 11. URL: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2019-11-5420>. [Міжнародна наукометрична база: Google Scholar, Index Copernicus, фахове видання]. (0,6 друк. арк.).
7. **Kaplenko G.**, Drozd Y. Administrative barriers to the development of entrepreneurship and the problem of their forecasting. *Innovative Economics and Management*. 2019. Vol. VI, № 2, С. 72-81. Міжнародна наукометрична база: Google Scholar, Index Copernicus, фахове видання]. (0,6 друк. арк.). *Особистий внесок авторки: представлені проблеми розвитку підприємництва в Україні. (0,4 друк. арк.).*
8. **Капленко Г. В.**, Стасишин А. В. Еволюція теоретико-економічних засад взаємодії держави та приватного бізнесу. *Бізнес Інформ*. 2018. № 10. С. 13-19.



[Міжнародна наукометрична база: Google Scholar, Index Copernicus, фахове видання]. (0,6 друк. арк.). *Особистий внесок авторки: представлені проблеми розвитку підприємництва в Україні.* (0,4 друк. арк.).

9. Капленко Г.В. Особливості імплементації принципу консюмеризму в систему регулювання ринку споживчих товарів України. *Соціально-економічний розвиток регіонів в контексті міжнародної інтеграції.* 2018. № 30. Т. 2. С. 135-147 [фахове видання] (0,6 друк. арк.).

10. Капленко Г.В. Державне регулювання процесів формування інфраструктури ринку споживчих товарів. *Соціально-економічний розвиток регіонів в контексті міжнародної інтеграції.* 2018. №31. С.137-148. [фахове видання] (0,5 друк. арк.).

11. Капленко Г. В. Про деякі методичні підходи до моделювання сукупних особистих споживчих витрат. *Ефективна економіка.* 2017. № 12. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/> [Міжнародна наукометрична база: Google Scholar, Index Copernicus, фахове видання]. (0,55 друк. арк.).

12. Капленко Г. В. Про один з аспектів верифікації регресійних моделей споживчого попиту. *Економіка. Фінанси. Право.* 2017. № 5/3. С. 20-23. [Міжнародна наукометрична база: Google Scholar, Index Copernicus, фахове видання]. (0,4 друк. арк.).

13. **Капленко Г. В.,** Карпінський Б. А. Про статистичний аспект оцінки державотворчих зусиль нації крізь призму податкового чинника розбудови держави. *Бізнес-Інформ,* 2016. №11. С. 247-252. [Міжнародна наукометрична база: Google Scholar, Index Copernicus, фахове видання]. (0,6 друк. арк.). *Особистий внесок авторки: визначені стратегічні орієнтири податкової політики держави.* (0,5 друк. арк.).

14. Капленко Г. В. Питання побудови динамічної прогностичної факторної моделі споживчого попиту. *Економіка. Фінанси. Право.* 2016. № 4/1. С. 20–24. [Міжнародна наукометрична база: Google Scholar, Index Copernicus, фахове видання]. (0,5 друк. арк.).

15. Капленко Г.В. Основні течії теорії аналізу макропопиту на споживчі блага. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України* : [зб. наук. пр.] / НАН України. Ін-т регіон. дослідж. Львів, 2016. Вип. 1 (117). С. 78-82. [Міжнародна наукометрична база: Google Scholar, Index Copernicus, фахове видання]. (0,6 друк. арк.).

16. Капленко Г. В. Деякі актуальні питання методології факторного прогнозування споживчого попиту. *Ефективна економіка.* 2015. № 12. С. 124-136. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5996> [Міжнародна наукометрична база: Google Scholar, Index Copernicus, фахове видання]. (0,6 друк. арк.).

17. Капленко Г. В. Концептуальні проблеми аналізу сезонних коливань попиту й видатків населення на споживчі товари. *Вісник Львівської державної фінансової академії. Сер.: Екон. науки.* 2014. № 25. С. 275-282. [Міжнародна наукометрична база: Google Scholar, Index Copernicus, фахове видання]. (0,4 друк. арк.).

18. Kaplenko G. Conceptual Aspects of the Development of Endogenous Prognosis of Consumer Demand. *Modern scientific research and their practical application, edited by Alexandr G. Shibaev, Alexandra D. Markova*. Vol. J11417. P. 13-22. URL: <http://www.sworld.com.ua/e-journal/j11417.pdf> [Міжнародна наукометрична база: Google Scholar, Index Copernicus]. (0,6 друк. арк.).

19. Капленко Г. В. О вероятностном характере прогнозирования покупательского спроса на основе данных сплошного наблюдения. *Бізнес Інформ*. 2014. № 8. С. 228-232. [Міжнародна наукометрична база: Google Scholar, Index Copernicus, фахове видання]. (0,5 друк. арк.).

20. Капленко Г. В. Деякі аспекти статистичного аналізу впливу державних закупівель на споживчі та інвестиційні видатки приватного сектора економіки. *Вісник Львівської державної фінансової академії. Сер.: Екон. науки*. 2012. № 23. С. 188-196. [Міжнародна наукометрична база: Google Scholar, Index Copernicus, фахове видання]. (0,55 друк. арк.).

21. Капленко Г. В. Методологічні засади встановлення форм побудови моделей споживчих видатків і попиту. *Вісник Львівської державної фінансової академії. Сер.: Екон. науки*. 2012. № 22. С. 275-282. [Міжнародна наукометрична база: Google Scholar, Index Copernicus, фахове видання]. (0,55 друк. арк.).

22. Капленко Г. В. Формування ефективних систем управління промисловою політикою територій. *Вісник Львівської державної фінансової академії. Сер.: Екон. науки. Сер.: Екон. науки*. 2011. № 20. С. 383-391. [Міжнародна наукометрична база: Google Scholar, Index Copernicus, фахове видання]. (0,6 друк. арк.).

23. Капленко Г. В. Перспективи розвитку підприємництва в умовах економічної кризи. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. Проблеми розвитку промислового виробництва регіону* : [зб. наук. пр.] / НАН України. Ін-т регіон. дослідж. Львів, 2009. Вип. 4 (78). С. 344-352. [фахове видання]. (0,5 друк. арк.).

#### **Опубліковані праці апробаційного характеру:**

24. **Капленко Г. В.,** Стасишин А. В., Зеленко В. А. Глобалізм у сучасному світі: нова філософія економічного розвитку. *Духовність. Культура. Глобалізація* : матеріали Міжнародної наукової конференції (28 жовтня 2019 р., м. Львів). Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2019. С. 127-134. (0,3 друк. арк.). *Особистий внесок авторки: визначені напрями розвитку економіки в умовах глобалізації*. (0,2 друк. арк.).

25. **Капленко Г. В.,** Шоробура Н. М. Проблеми та перспективи впровадження електронного врядування в органах публічної влади. *Правові засади організації та здійснення публічної влади* : II Всеукраїнська науково-практична інтернет-конференція (м. Хмельницький, 2-8 травня 2019 р.). Хмельницький, 2019. С. 86-89. (0,2 друк. арк.). *Особистий внесок авторки: систематизовані проблеми впровадження електронного врядування в органах публічної влади*. (0,1 друк. арк.).

26. Капленко Г. В. Механізми впровадження споживчої політики у контексті розвитку громадянського суспільства в Україні. *Збірник тез звітної наук. конф. Львівського національного університету імені Івана Франка за 2018*

рік. Секція факультету управління фінансами та бізнесу (Львів, 1-8 лютого 2019 р.). Львів, 2019. С. 117–122. (0,3 друк. арк.).

27. Капленко Г. В. Деякі аспекти реалізації принципу системності в процесі дослідження проблематики прогнозування споживчого попиту. *Збірник тез звітної наук. конф. Львівського національного університету імені Івана Франка за 2017 рік. Секція факультету управління фінансами та бізнесу* (Львів, 2-8 лютого 2018 р.). Львів, 2018. С. 172-175. (0,2 друк. арк.).

28. Капленко Г. В. До питання про вплив держави на сукупний особистий споживчий попит. *Державна фінансова політика України в умовах євроінтеграції: погляди науковців та практиків* : зб. тез наук. доп. за матеріалами I Всеукр. наук.-практ. конф., м. Львів, 14 грудня 2017 р. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2018. С. 56-58. (0,2 друк. арк.).

29. Капленко Г. В. Регіональні аспекти споживчого попиту в Україні. *Збірник тез звітної наук. конф. Львівського національного університету імені Івана Франка за 2016 рік. Секція факультету управління фінансами та бізнесу* (Львів, 2-8 лютого 2017 р.). Львів, 2017. С. 246-250. (0,3 друк. арк.).

30. Капленко Г. В. З історії висвітлення у статистичній та економічній літературі питання про логіко-економічний зміст параметрів регресії. *Статистична оцінка соціально-економічного розвитку* : зб. текстів доповідей за матеріалами XVII Всеукр. наук.-практ. конф. (26 травня 2017 р., м. Хмельницький). Хмельницький, 2017. С. 30-32. (0,1 друк. арк.).

31. Капленко Г. В. Про використання факторних економетричних моделей у процесі реалізації прогностичної функції менеджменту та маркетингу. *«Формування нової парадигми управління фінансами та бізнесом в умовах посилення євроінтеграційних процесів в Україні»* : матеріали I Міжн. наук.-практ. інтернет-конф. (27-28 жовтня 2016, м. Львів). Львів, 2016. С. 76-80. (0,2 друк. арк.).

32. Капленко Г. В. Основні течії макропопиту населення на споживчі блага. *Збірник тез звітної наук. конф. Львівського національного університету імені Івана Франка за 2015 рік. Секція факультету управління фінансами та бізнесу* (Львів, 2-6 лютого 2016 р.). Львів, 2016. С. 236-239. (0,2 друк. арк.).

33. Капленко Г. В. Прогнозування як функція управління. *Статистична оцінка соціально-економічного розвитку* : зб. текстів доповідей за матеріалами XVI Всеукр. наук.-практ. конф. (26 травня 2016 р., м. Хмельницький). Хмельницький, 2016. С. 93-94. (0,1 друк. арк.).

34. Капленко Г. В. Гранична схильність до споживання та мультиплікатор податків в Україні в 2001-2013 роках. *Створення сильної економіки країни: проблеми та перспективи розвитку* : матеріали Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. економічного спрямування. Тернопіль, 2016. С. 53-56. (0,2 друк. арк.).

35. Капленко Г. В. Концептуальні аспекти розробки ендегенних прогнозів споживчого попиту. *Перспективні інновації в науці, освіті, виробництві й транспорті-2013* : збірник наукових праць SWorld. Міжн. наук.-практ. інтернет-конф. (17-26 грудня 2013 року). Іваново, 2013. Вип. 4. Т. 44. С. 51-58. (0,3 друк. арк.).

36. Капленко Г. В. Деякі методологічні аспекти прогнозування споживчого попиту. *Актуальні проблеми сучасної науки* : матеріали десятої

Міжнар. наук.-практ. інтернет-конференції (17-19 жовтня 2013 року). 2013. Ч. 1. С. 14-20. (0,4 друк. арк.).

37. Капленко Г. В. Висвітлення проблеми прогнозування споживчого попиту в процесі викладання курсу статистики ринку. *Наука в інформаційному просторі*: матеріали ІХ Міжнар. наук.-практ. конф. (10-11 жовтня 2013 року, м. Дніпропетровськ). Дніпропетровськ, 2013. Т. 1: Мікро- та макроекономіка: питання та шляхи ефективного розвитку. С. 21-25. (0,2 друк. арк.).

38. Капленко Г. В. Деякі концептуальні аспекти аналізу сезонності споживчих видатків і попиту. *Інноваційний шлях розвитку суспільства: проблеми, досягнення та перспективи* : зб. наук. праць Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (30-31 травня 2013 р., ПДАТУ, м. Кам'янець-Подільський). Тернопіль, 2013. С. 100-102. (0,1 друк. арк.).

39. Капленко Г. В. Статистична верифікація гіпотези про витіснення споживчих видатків домогосподарств державними закупівлями. *Статистична оцінка соціально-економічного розвитку* : зб. текстів доповідей за матеріалами ХІІІ Всеукр. наук.-практ. конф. (23 травня 2013 року, Хмельницький) / Хмельницький університет управління та права). Хмельницький, 2013. С. 103-106. (0,2 друк. арк.).

40. Капленко Г. В. Сутність адаптивного прогнозування попиту. *Фінансові механізми активізації підприємництва* : VII Міжнар. наук.-практ. конф., 7-8 листопада 2013 р. Львів : ЛДФА, 2013. Т. 1. 2013. 96-98. (0,2 друк. арк.).

41. Капленко Г. В. Формування нових концептуальних засад державної економічної політики в Україні та ефект витіснення. *Стратегічні напрямки соціально-економічного розвитку держави в умовах глобалізації* : зб. тез міжн. наук.-практ. конф. (м. Хмельницький, Хмельницький університет управління та права, 18-20 квітня 2013 року). Хмельницький, 2013. С. 143-147. (0,2 друк. арк.).

42. Капленко Г. В. Методологічні засади встановлення форм побудови функцій споживчих видатків і попиту. *Фінансово-податкові механізми активізації підприємництва* : VI Міжнар. наук.-практ. конф., 10-11 листопада 2011 р. : [у 2 т.]. Львів, 2011. С. 63-66. (0,2 друк. арк.).

#### *Опубліковані праці, які додатково відображають наукові результати дисертації:*

43. Публічне управління : навч. посіб. / А. В. Стасишин, Г. В. Капленко, Г. О. Комарницька та ін. ; [за заг. ред. А. В. Стасишина]. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2019. 460 с. (5,7 друк. арк.).

44. **Капленко Г. В.**, Чистоклетов Л. Г., Хитра О. Л. Сутність адміністративного переконання. *Журнал східноєвропейського права*. 2019. № 69. С. 40-46. (0,5 друк. арк.). *Особистий внесок авторки: визначені напрями налагодження механізму адміністративного переконання.* (0,3 друк. арк.).

45. **Капленко Г. В.**, Чистоклетов Л. Г., Хитра О. Л. Методи дослідження проблематики адміністративного права. *Журнал східноєвропейського права*. 2019. № 62. С. 18-29. (0,6 друк. арк.). *Особистий внесок авторки: обґрунтованій перспективи забезпечення захисту прав споживачів.* (0,3 друк. арк.).

46. Капленко Г. В. Використання й поповнення суспільствознавчих знань українських студентів у процесі викладання навчальної дисципліни «Адміністративний менеджмент» як інструмент формування державотворчої складової їх життєвої позиції. *Потреба та розробка інструментарного апарату оцінювання взаємодії і активізації домінант державотворчого патріотизму нації* : матеріали Дискусійного клубу в рамках Фестивалю науки. Львів, 2017. С. 17-18. (0,1 друк. арк.).

47. Капленко Г. В. Про використання українознавчої інформації для реалізації завдань із патріотичного виховання української студентської молоді в процесі викладання навчальних дисциплін «Адміністративний менеджмент» і «Маркетинг». *Економіка. Фінанси. Право*. 2017. № 8/3. С. 15-18. (0,2 друк. арк.).

48. Капленко Г. В. Недоліки у висвітленні питання про вимірювання сезонності в українській навчальній статистичній літературі. *Актуальні проблеми теорії та практики економічної науки* : матеріали міжнар. наук.-практ. інтернет-конференції економічного спрямування (21 лютого 2014 р., Тернопіль). Тернопіль, 2014. С. 53-56. (0,2 друк. арк.).

49. Капленко Г. В. Особливості висвітлення вимірювання сезонних коливань в українській навчальній літературі зі статистики. *Вісник Житомирського державного технологічного університету. Сер.: Екон. науки*. 2014. № 3. С. 130–141. (0,5 друк. арк.).

## АНОТАЦІЯ

**Капленко Г. В. Теоретико-методологічні засади регулювання ринку споживчих товарів України в умовах глобалізації. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.**

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук за спеціальністю 08.00.03 – економіка та управління національним господарством. – Національний університет «Чернігівська політехніка» МОН України, Чернігів. – 2020.

Дисертацію присвячено обґрунтуванню теоретико-методологічних засад і розробці практичних рекомендацій щодо формування та реалізації механізму регулювання ринку споживчих товарів України в умовах глобалізації. Сформовано концептуальний базис системи регулювання ринку споживчих товарів, який передбачає чітке окреслення й узагальнення цілей, завдань, методів та інструментів регулювання для досягнення поставленої мети та розв’язання суперечностей. Представлено методологічні засади до дослідження ринку споживчих товарів та його регулювання, які ґрунтуються на інституційно-системному підході та враховують особливості впливу відповідних державних, ринкових та громадських інститутів в умовах глобалізації. Запропоновано наукову концептуалізацію регулювання ринку споживчих товарів в умовах глобалізації. Доведено необхідність імплементації принципу консюмеризму в систему регулювання ринку споживчих товарів України. Сформовано науково-методологічний підхід до визначення рівня захисту інтересів споживачів на ринку товарів із використанням моделі мультиатрибутного товару, що передбачає оцінку не атрибутів товару, а того, наскільки при його використанні

споживач є захищеним. Представлено теоретичну архітектуру механізму регулювання ринку споживчих товарів. Визначені стратегічні орієнтири щодо удосконалення регулювання ринку споживчих товарів в умовах глобалізації економіки. Обґрунтована необхідність та перспективність використання проєктів маркетингових досліджень для підвищення результативності регулювання ринку споживчих товарів України

**Ключові слова:** ринок споживчих товарів, регулювання, розвиток, механізм, консюмеризм, соціально-економічний розвиток, глобалізація, державна політика.

## АННОТАЦІЯ

**Капленко Г. В. Теоретико-методологические основы регулирования рынка потребительских товаров Украины в условиях глобализации. – Квалификационная научный труд на правах рукописи.**

Диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук по специальности 08.00.03 – экономика и управление национальным хозяйством. – Национальный университет «Черниговская политехника» МОН Украины, Чернигов. – 2020.

Диссертация посвящена обоснованию теоретико-методологических основ и разработке практических рекомендаций по формированию и реализации механизма регулирования рынка потребительских товаров Украины в условиях глобализации. Определено, что рынок потребительских товаров может быть представлен как: специфический институт экономики; структуре является совокупность социально-экономических отношений между продавцом и покупателем, которые формируются и развиваются под влиянием механизмов конкуренции и государственного регулирования; удовлетворение потребностей населения путем купли-продажи качественных потребительских товаров. Сформирован концептуальный базис системы регулирования рынка потребительских товаров, который предусматривает четкое определение и обобщение целей, задач, методов и инструментов регулирования для достижения поставленной цели и решения противоречий. Совокупность методов разделена на пять органично взаимосвязанных групп: правовые, экономические, финансовые, институционально-организационные и социально-психологические.

Представлены методологические основы исследования природы рынка потребительских товаров и подходов к его регулированию, основанные на институционально-системном подходе. Это позволило раскрыть особенности влияния институтов государственного, рыночного, общественного регулирования на рынок потребительских товаров и взаимоотношения между всеми его субъектами в условиях глобализации. Усовершенствован научно-методологический подход к формированию концепции регулирования рынка потребительских товаров в условиях глобализации, смысл которого заключается в комплексном сбалансировании всех его предметных областей: рынка потребительских товаров; поведения потребителя; государственных регуляторов и механизма их согласованности. Предложен методический подход к

исследованию состояния потребительского рынка и результативности его регулирования в условиях глобализации национальной экономики.

Установлено, что современное состояние функционирования рынка потребительских товаров в Украине характеризуется совокупностью негативных тенденций, одной из которых является глубокий экономический кризис. Осуществлен анализ результативности инструментов промышленной, внешнеэкономической, финансово-кредитной и бюджетно-налоговой политики через выявление динамики рынка потребительских товаров в Украине. Процессы глобализации, политика устойчивого развития рынка потребительских товаров, выбор пути евроинтеграции Украины, актуализируют важность совершенствования системы регулирования рынка потребительских товаров придерживаясь принципа консюмеризму, который является важным фактором для обеспечения положительного имиджа, конкурентоспособности рынка, уровня качества жизни и т.д. Теоретико-методологической основой имплементации принципа консюмеризму в систему регулирования рынка потребительских товаров избран и обоснован системный и логический подходы. Сформирован научно-методологический подход к определению уровня защиты интересов потребителей на рынке товаров, который предполагает оценку не атрибутов товара, а того, насколько при его использовании потребитель защищен (его права как потребителя придерживаются). Определены направления государственного стимулирования социальной ответственности бизнеса, которые выступают одновременно корректирующим и компенсаторным инструментом для рынка потребительских товаров и его равновесия, что, в свою очередь, способствует устойчивому развитию национальной экономики в условиях глобализации.

Обоснована теоретическая архитектура механизма регулирования рынка потребительских товаров, которая учитывает системно-функциональный подход, цели, принципы, меры, методы и инструменты реализации в направлении формирования действенной инфраструктуры рынка потребительских товаров Украины с потребностями государства и общества. Определены стратегические ориентиры относительно усовершенствования регулирования рынка потребительских товаров в условиях глобализации экономики: внедрение гибкой системы преференций по налогам; создание системы финансово-кредитных гарантий и удешевления кредитов; предоставление льгот в аренде помещений; внедрение государственного и регионального заказа по наиболее значимыми товарами; содействие технической и технологической переоснащенности производства потребительских товаров; повышение реальных денежных доходов населения; внедрение гибкой системы преференций по налогам и другие. Обоснована необходимость и перспективность использования проектов маркетинговых исследований в системе регулирования рынка потребительских товаров Украины.

**Ключевые слова:** рынок потребительских товаров, регулирование, развитие, механизм, консюмеризм, социально-экономическое развитие, глобализация, государственная политика.

**ABSTRACT****Kaplenko G. V. Theoretical and methodological principles of regulation of the consumer goods market of Ukraine in the context of globalization. – Qualifying scientific work on the rights of manuscripts.**

The thesis for the degree of doctor of economic sciences, specialty 08.00.03 – Economics and Management of National Economy. – Chernihiv Polytechnic National University, Ministry of Education and Science of Ukraine, Chernihiv. – 2020.

The dissertation is devoted to substantiation of theoretical and methodological bases and development of practical recommendations on formation and realization of the mechanism of regulation of the market of consumer goods of Ukraine in the conditions of globalization. The conceptual basis of the system of regulation of the consumer goods market is formed, which provides a clear delineation and generalization of goals, objectives, methods and tools of regulation to achieve the goal and resolve contradictions. The methodological bases for the study of the consumer goods market and its regulation are presented, which are based on the institutional-system approach, which allows to take into account the peculiarities of the state, market, public regulation on the consumer market and the relationship between all its subjects in globalization. The scientific and methodological approach to the formation of the concept of consumer goods market regulation in the context of globalization has been improved. The scientific approach to implementation of the principle of consumerism in the system of regulation of the market of consumer goods of Ukraine is offered. A scientific and methodological approach to determining the level of consumer protection in the market of goods using the model of multi-attribute goods, which involves assessing not the attributes of the product, but the extent to which the consumer is protected when using it. The theoretical architecture of the mechanism of regulation of the consumer goods market is presented. Strategic guidelines for improving the regulation of the consumer goods market in the context of economic globalization have been identified. Necessity and prospects of using marketing research projects in the system of consumer goods market regulation of Ukraine are substantiated.

**Keywords:** consumer goods market, regulation, development, mechanism, consumerism, socio-economic development, globalization, state policy.