

## РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТКУ СПОЖИВЧОГО РИНКУ УКРАЇНИ

*У статті розглянуті основні особливості формування і розвитку споживчого ринку, вказані чинники, які впливають на ринок в нинішніх умовах.*

*The article discusses the basic features of the formation and development of the consumer market, these factors affecting the market in current conditions.*

*Ключові слова: регіональний споживчий ринок, товар, попит, пропозиція, кон'юнктура ринку, споживачі, сегмент ринку, ризик, ціна, конкуренція.*

*Key words: Regional consumer market, product demand, supply, market conditions, consumers, market segment, risk, price, competition.*

**Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями.** Серед актуальних економічних проблем особливою гостротою виділяються проблеми формування і розвитку регіональних споживчих ринків, забезпечення населення якісними споживчими товарами вітчизняного виробництва, поліпшення структури і динаміки споживання товарів населенням. Саме на ринку реалізуються повсякденні потреби населення, рівень задоволення яких і визначає, в кінцевому підсумку, рівень розвитку економіки в цілому. Вирішення цих проблем вимагає врахування фактора регіональності, який охоплює диференціацію доходів населення, місцеві ресурсні можливості, етнонаціональні традиції населення тощо.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми.** Вагомий внесок у вивчення загальнотеоретичних питань і вирішення прикладних задач, а також методології досліджень регіонального споживчого ринку, вирішення теоретичних питань регіонального розвитку та розміщення продуктивних сил внесли І. К. Беляєвський, П. П. Борщевський, К. К. Вальтух, Б. М. Данилишин, С. І. Дорогунцов, А. Х. Карапетян, А. А. Конюс, І. І. Корженевський, О. І. Кочерга, Ф. А. Крутіков, В. І. Куценко, А. С. Лисецький, А. І. Левін, П. П. Маслов, А. В. Орлов, В. Я. Райцин, М. І. Фащевський, Л. Г. Чернюк та ін.

Однак, невирішеними залишається ряд теоретичних та методичних питань, які стосуються регіональних особливостей формування і розвитку споживчого ринку.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Регіональний споживчий ринок формується на основі інформації про стан і поповнення товарного асортименту, товарних запасів, виконання заявок і замовлень промисловості, виробничих програм підприємств, проведення ярмарків, діяльності товарних бірж, товарообігу і його товарного забезпечення, ефективності рекламної діяльності для зацікавлення покупців нових товарів і т. ін.

Теорія поведінки споживача головну увагу приділяє формуванню попиту під впливом соціальних, економічних, психологічних факторів, споживчих переваг і мотивацій на основі вивчення механізмів прийняття покупцями рішень про купівлю товарів. При цьому акцентується вплив регіональних факторів і особливостей поведінки споживачів регіонального ринку [1, с. 89].

Регіональні споживчі ринки як частина територіальної структури міст і сіл, розвиваючись, враховують попит і модернізують власну інфраструктуру. Між регіональними споживчими ринками триває синхронізація наданих послуг і прагнення досягнути вищого рівня обслуговування. Завдяки розгалуженій мережі ринків долається відставання у регіоні за рівнем і якістю обслуговування. Серед продукції ринків зростає частка національного продукту. Діють міжрегіональні і регіональні інфраструктурні системи, що стимулюють розвиток регіональних ринків і регіональної економіки загалом. Попит на споживчому ринку проявляється у формі просторово відокремлених потреб населення регіону, виражених у грошовій формі. Пропозиція проявляється як просторово розподілена сукупність товарів та послуг, які продавці розміщують на ринку. Ціни на

регіональному споживчому ринку відрізняються у просторовому вимірі.

Дослідження ринку охоплюють соціальний, соціально-психологічний (потреби, структура споживання), економічний (попит, конкурентоспроможність), технологічний (спосіб виробництва), дизайнерський (естетичні, ергономічні властивості), медичний (безпечність експлуатації) та інші аспекти. Вчені-економісти працюють над розробленням моделей розвитку регіонального споживчого ринку. Реальність втілення цих моделей невисока, окрім того, у бюджеті не передбачено кошти для розробки і впровадження економічних моделей.

Державне регулювання регіонального розвитку забезпечує структурну перебудову економіки регіонів. Насамперед, встановлюються соціально-економічні, науково-технічні, екологічні і демографічні пріоритети.

Ринки зорієнтовані на максимальне і збалансоване використання природно-ресурсного потенціалу регіону. Виробнича і соціальна сфера розвиваються у відповідь на попит. Розвинутий механізм регіонального споживчого ринку підвищує рівень добробуту населення.

Державна політика щодо регіональних ринків передбачає збалансований соціально-економічний розвиток регіонів.

Регіональні особливості споживчого ринку простежують через систематизацію показників, тенденцій, кон'юнктури, потенціалу та збалансованості ринку. Регіональний ринок об'єднує характеристики товару, самого ринку і покупців і конкурентів. Товар має здатність задовольняти існуючі й перспективні потреби споживачів, новизни, конкурентоспроможності, відповідності стандартам та вимогам. Характеристики ринку зумовлені якістю географічного розташування, сегментації, місткості, товарної і фірмової структури, кон'юнктури, тенденції розвитку. Покупці є такі, які вже користуються послугами ринку, і такі, які ними стануть. Покупців теж розподіляють за різноманітними групами, попитом, рівнем його задоволення. Вивчаючи конкурентів, аналізують інформацію щодо складу, розвитку, методів і результатів їхньої діяльності.

Для управління розвитком асортименту і якості товарів та послуг використовують статистичні дослідження регіонального споживчого ринку. Це, насамперед, офіційна державна статистика про економічні, соціальні, демографічні процеси, явища, і їхній вплив. Відомча статистика інформує про стан, розвиток і результати діяльності міністерств, відомств, підприємств і організацій щодо поставок, задоволення заявок і замовлень, які можуть обґрунтувати потреби ринку.

Дані вибіркового обстежень і опитувань населення надходять у формі споживчих оцінок, намірів та мотивів поведінки покупців, характеристик використання товарів і послуг; оцінки споживчих якостей виробів, рівня незадоволеності попиту населення. Дані обстежень і опитувань доповнюють офіційну і відомчу статистику про споживання, асортимент і якість товарів та послуг. Думку і поведінку споживачів вивчають на основі інформації від сталих споживачів, що є мікромоделлю структури населення регіону.

Для збалансованості попиту і пропозиції вивчають і прогнозують попит споживачів, обґрунтовують потреби в товарах, раціональне розміщення товарів за торговельними системами, ланками, у регіоні, комплектують асортимент збуту за потребою. За результатами опитувань спеціалістів торгівлі і промисловості, наприклад, про рух товарів, попит на товари та послуги, оцінюють збалансованість ринку, перспективи розвитку асортименту, пріоритети окремих економічних рішень.

Збалансованість попиту і пропозиції залежить від стану регіонального споживчого ринку. Для вирішення проблем ринку методами статистики вивчають процес формування попиту, регіональне розміщення виробництва і ринкової діяльності у взаємозв'язку з асортиментом і якістю товарів та послуг, виконання програм розвитку асортименту та якості товарів і послуг; провадять економіко-соціологічне дослідження формування ринків нових товарів та послуг з урахуванням споживчих потреб різних груп споживачів.

За результатами досліджень аналізують та прогнозують кон'юнктуру ринку, тобто економічну ситуацію на ринку щодо співвідношення між попитом і пропозицією, рівнем цін, товарних запасів, портфелем замовлень. У процесі аналізу кон'юнктури вивчається

взаємозв'язок між такими складовими: виробництво – його обсяг, структура, завантаженість виробничих потужностей, портфель замовлень, чисельність зайнятих; попит і споживання за окремими групами споживачів; товар і його збут, конкурентоспроможність; ціни, їх рівень, динаміка, співвідношення за товарами та країнами; політика в галузі ціноутворення.

Основне завдання вивчення кон'юнктури – аналіз поточних змін у сфері виробництва і збуту товарів під впливом основних факторів, зокрема зміни цін, співвідношення попиту і пропозиції, а також розставлення сил на ринку, визначення форм та методів конкурентної боротьби. Зокрема визначають характер і можливості взаємного пристосування попиту і пропозиції, особливості реакції цих елементів ринкового механізму на зміни цін різних товарів та товарних груп. Кількісний бік цієї залежності визначається поняттям «цінова еластичність попиту і пропозиції», під якою розуміють ступінь реакції попиту і пропозиції на відносну зміну рівня ринкової ціни, яка може бути схарактеризована за допомогою коефіцієнтів еластичності.

Враховують вимоги окремих груп споживачів за їхньою поведінкою на ринку та специфікою споживчих вимог. Точність визначення груп споживачів, їх потреб та переваг досягають комбінацією критеріїв. Споживчі вимоги покладено в основу сегментації ринку за ознакою економічної поведінки груп покупців. Сегментація провадиться на різних рівнях: на рівні споживачів, груп товарів і послуг, асортиментно-якісної структури ринку. Розрізняють критерії сегментації для споживчих товарів і товарів виробничого призначення.

Вибираючи сегменти ринку, перевагу надають великим сегментам, з чітко окресленими межами, прогресивним попитом. За сукупністю сегментів для маркетингової діяльності вивчають цільовий ринок. На основі цих даних будується типологія асортименту, яка відповідає інтересам певних типів споживачів. У структурно-функціональній моделі використовують ряди розподілу, методи кореляції і регресії, аналізують побудовані структури. Структури розглядають з урахуванням причинно-наслідкових зв'язків. Кожну прогнозовану структуру споживачів оцінюють, класифікують вимоги споживачів до кількості та якості товарів.

Сегментацію за конкурентами застосовують для визначення успіху продукції на ринку і беруть до уваги її характеристики, ціну, канали збуту, методи просування.

За системою показників встановлюється частка реалізації підприємства в загальному обсязі реалізації, його частка прибутку в загальному обсязі прибутку, рівень рентабельності підприємства порівняно з рівнем рентабельності на ринку.

Механізми регулювання на регіональному споживчому ринку стосуються забезпечення населення продовольчими і непродовольчими товарами широкого вжитку, об'єктами соціальної інфраструктури та житла, зайнятостю, використання та збереження природних ресурсів, екологічним захистом, стабільністю цінової політики на товари широкого вжитку, дотриманням різних форм безпеки.

Для формування і розвитку регіонального ринку визначаються об'єкти та суб'єкти, чинники, які впливатимуть на динаміку та структуру ринку і на економічний розвиток регіону. Ринкова ситуація в регіоні є динамічною, і належне реагування на динаміку забезпечується прогнозами ринкової ситуації. Результатом проведеної роботи з формування і організації регіонального ринку є формування регіональної політики забезпечення стабільного функціонування та збалансованого розвитку ринку споживчих товарів.

Через аналітичну оцінку розвитку ринку регіональні представники ринкової структури планують заходи щодо нормативного регулювання діяльності учасників ринку, розробляються програми стабілізації, розвитку та розширення, проводять контрольні заходи щодо попередження і запобігання розгортання небажаних ситуацій і процесів на ринку, розв'язують соціальні проблеми.

На ринку споживчих товарів, зокрема продовольчих та непродовольчих, формуються ринки окремих товарів, які формуються на потребу населення. У складі продовольчого ринку – це ринки, наприклад, м'яса та м'ясних продуктів, молока і молочних продуктів та ін. У складі непродовольчих ринків – це ринки текстильних товарів, взуття, одягу та ін.

Для вивчення ринків споживчих товарів використовуються баланси основних продуктів рослинництва і тваринництва. У них відображені надходження продукту та його

використання впродовж календарного року, у тому числі на споживання. Формування і розвиток споживчого ринку тісно взаємопов'язані із такими поняттями, як конкурентоспроможність і потенціал.

Головне завдання розробки стратегії ринку – забезпечення пропорційності між важливими показниками. Регулювання пропорційності здійснюється у співвідношеннях між доходами і попитом та між попитом і пропозицією на ринку.

Вивчаючи показники регіонального споживчого ринку, класифікуємо кількісні і якісні процеси в розвитку ринку, зв'язки між ними, закономірності і тенденції, фактори, під впливом яких складаються співвідношення.

У економістів склалися різні погляди на поділ і використання показників. В. Точилін поділяє усі показники на специфічні та атрибутивні, які ґрунтуються на оцінках експертів та думках і досвіді фахівців [6, с.33]. В. Карпов та В. Кучеренко пропонують аналітичні дослідження споживчого ринку здійснювати за допомогою показників, які формують кількісну характеристику якісних змін ринкової ситуації та визначити значущість та напрямки і тенденції розвитку ринку, тобто сформувані його прогноз [5, с. 118-124].

Т. Попович виокремлює такі основні показники ринку: 1) показники потенціалу ринку, 2) показники пропозиції та динаміки цін; 3) показники стану попиту; показники масштабу та рівня конкуренції; 4) показники динаміки цін; 5) показники стану торговельної інфраструктури ринку. Ці показники взаємопов'язані [3, с. 17-18].

Ринкові показники групують за ознаками: усталеність, циклічність і динаміка розвитку ринку, ринкова пропозиція, ринковий попит, пропорційність ринку, ділова активність і комерційний ризик. На наш погляд, підбір показників для характеристики регіонального споживчого ринку варто постійно удосконалювати, доповнювати, враховувати їхню значущість на окремий період. Регіональні особливості розвитку ринку визначають такі групи показників, які стосуються потенціалу ринку, пропозиції споживчих товарів, попиту і споживання, масштабу та рівня конкуренції, цін на споживчі товари, торговельної інфраструктури ринку. У кожній групі показників є індикатори.

Розвиток регіонального споживчого ринку реагує на існування зовнішніх і внутрішніх ризиків діяльності. Сучасний споживчий ринок не захищений від набору зовнішніх ризиків, які зараз присутні в українській економіці. Це:

по-перше, невизначеність трендів світової економіки, зокрема, уповільнення темпів її відновлення;

по-друге, змінність цін на світових ринках на продукцію національних товаровиробників;

по-третє, конкурентна девальвація національних валют у низці країн світу, що в умовах недостатньої динаміки окремих складових світового попиту веде до втрати цінової конкурентоспроможності української продукції на міжнародних ринках;

по-четверте, запровадження протекціоністських торговельних заходів;

по-п'яте, згортанням програм стимулюючих заходів та реалізацією програм фінансової консолідації в низці країн, зокрема країнах ЄС, що зумовлює стримування попиту на світовому ринку продукції споживчого та інвестиційного спрямування;

по-шосте, продовження нарощування зовнішньої заборгованості України;

по-сьоме, зміною світових інвестиційних потоків у напрямі скорочення припливу іноземного капіталу в менш розвинені країни, до яких належить й Україна.

Окрім зовнішніх ризиків регіональний споживчий ринок не застрахований від внутрішніх ризиків у державі. Постійні кроки держави у напрямі зменшення ризиків дають позитивні результати, проте внутрішні ризики часто видозмінюються. На поточний період внутрішніми ризиками є:

по-перше, нагромаджений дисбаланс чинної моделі економічного розвитку, що зумовлює ресурсні обмеження економічного відновлення та невизначеність реагування національної економічної системи на проведення економічних реформ, зокрема податкову реформу;

по-друге, змінність макроекономічних показників і структурні недоліки національної економіки, які роблять її уразливою для можливих шоків потрясінь;

по-третє, різкі стрибки цін на окремі групи товарів, зокрема дорожчання паливно-енергетичних ресурсів, зростання тарифів на послуги ЖКГ, що може зумовити розгортання кризи неплатежів та соціальних протестів;

по-четверте, ймовірність розгортання кризи державних фінансів за продовження політики боргового фінансування бюджетних видатків;

по-п'яте, негативні інституційні особливості економіки – наявність корупції, бюрократії, тіньової економіки, яка за оцінками експертів Standard & Pooг's тримається на рівні 50 %, незахищеність прав власності [4].

Потенціал ринку визначається за індикаторами: місткість, виробничий потенціал, споживчий потенціал, стійкість, пропорційність, кон'юнктура, роздрібний товарооборот. За результатами аналізу індикаторів готується наступна інформація: 1. Аналіз тенденцій розвитку ринку, оцінка впливу основних чинників на стан ринкової кон'юнктури. 2. Оцінка структурних деформацій ринку. Виявлення системи чинників, які їх зумовлюють. 3. Аналіз та оцінка виробничого і споживчого потенціалів ринку, їхніх взаємовпливів. 4. Вивчення динаміки і структури роздрібногo товарообороту. 5. Дослідження регіональних особливостей розвитку споживчого ринку. 6. Аналіз та оцінка співвідношень між попитом і пропозицією, визначення типу ринку.

Для розгляду пропозицій споживчих товарів підбирають наступні індикатори: індекси зміни обсягів виробництва, еластичність пропозиції, структурні зрушення у виробництві, рівень податкового навантаження, динамка ввезення товару, частка імпортованих товарів. При їх опрацюванні отримуємо такі результати: 1. Дослідження виробничого потенціалу та його спроможності забезпечити відповідний обсяг структури пропозиції. 2. Аналіз тенденцій у виробництві споживчих товарів. 3. Дослідження взаємозв'язків між цінами і виробництвом товарів, прогнозування цінової політики. 4. Визначення еластичності пропозиції залежно від доходів і цін. 5. Вивчення та оцінка тенденцій у наповненні ринку товарами місцевого виробництва, імпортованими та ввезеними з інших регіонів.

Тенденції попиту і споживання визначають за такими індикаторами: динаміка рівнів та структура споживання, еластичність попиту, індекс споживчих цін, рівні доходів і витрат населення, структура продажу. Ці індикатори забезпечують отримання таких результатів: 1. Аналіз та виявлення відхилень у рівнях споживання, оцінка ступеню задоволення попиту на товари. 2. Виявлення системи пріоритетів у споживанні на основі оцінок рівнів доходу і витрат населення. 3. Дослідження взаємозв'язку між ціною і попитом на споживчі товари. 4. Оцінка впливу чинників на обсяг і структуру попиту.

Ціни на споживчі товари визначають за такими індикаторами: індекс споживчих та роздрібних цін, індекси цін виробників споживчих товарів. Ці індикатори забезпечують отримання таких результатів: 1. Вивчення, оцінка та прогнозування індексу споживчих цін. 2. Дослідження взаємозв'язків між динамікою роздрібних цін і цінами виробників споживчих товарів.

Масштаб та рівень конкуренції визначається за такими індикаторами: коефіцієнти концентрації та варіації, кількість учасників, частка малих структур в загальному обсягу ринку. Ці індикатори забезпечують отримання таких результатів:

1. Моніторинг конкурентних ситуацій, аналіз, оцінка конкуренції.
2. Дослідження ринкових часток підприємств - виробників споживчих товарів.
3. Оцінка напрямків антимонопольного регулювання та підтримки конкуренції.

Торговельна інфраструктура визначається за такими індикаторами: мережа закладів роздрібногo торгівлі, мережа гуртової торгівлі, мережа ринків, ринкова інфраструктура, матеріально-технічна база торговельних підприємств. Ці індикатори забезпечують отримання таких результатів:

1. Вивчення стану мережі торговельних підприємств, їх розміщення та доступності.
2. Оцінка проблем забезпеченості населення торговельною площею.
3. Дослідження динаміки зміни форм власності та стану матеріально-технічної бази торговельного обслуговування населення.
4. Вивчення тенденцій в реалізації споживчих товарів за різними каналами.
5. Оцінка стану розвитку ринків з продажу товарів.

6. Оцінка стану та тенденцій функціонування гуртової торгівлі та окреслення проблематики їхнього розвитку.

Відповідність споживчих якостей товару попиту населення на регіональному рівні спостерігають під час проведення виставки-продажу, конференції споживачів, опитування населення, а також опитування фахівців торгівлі й промисловості.

Актуальною на регіональному рівні є організація безперервного спостереження за процесом зміни попиту. Систематичні опитування фахівців оптової і роздрібною торгівлі мають переваги над звичайними опитуваннями: попит розглядається в динаміці, вивчається думка фахівців про споживчі характеристики товарів, про відповідність характеристик вимогам покупців.

Точне співвідношення попиту та пропозиції на регіональному споживчому ринку можна отримати із тенденційних опитувань, де фахівців торгівлі висловлюють суб'єктивні думки, дають власну оцінку, діляться досвідом, описують особисті спостереження. У панельному обстеженні сімей на регіональному рівні вивчаються споживчі наміри.

Прогноз для ринку споживчих товарів розробляється в певній послідовності. Насамперед окреслюється період прогнозу; дається кількісна оцінка впливу факторів на споживчий ринок і його сегменти; моделюються процеси розвитку ринку і розробляються прогнози на різні вітинки часу. Для прогнозування підбирають такі фактори, як політичний стан, який визначається зокрема податковим, митним та іншим законодавством; стан ділової активності на ринку, тобто стан виробництва, торгівлі, фінансового ринку; стан конкурентного середовища; інфляційне середовище, рух цін, купівельна спроможність грошової одиниці; життєвий цикл основних товарів та оновлення їх асортименту.

У відстежуванні ринку і його елементів використовується поняття «місткість», тобто потенційно можливий обсяг продажу товарів з вказівкою ціни. На цьому ринку враховують відкладений попит і взаємозамінювання товарів. Місткість ринку прогнозується від загального до частинного, тобто спершу визначається місткість усього ринку продовольчих товарів, далі – продуктів тваринництва і рослинництва, а потім розраховуються показники для підгруп однорідних товарів і, нарешті – ринки окремих товарів.

При визначенні місткості ринку непродовольчих товарів треба враховувати багаторазовість використання і споживання з обсягу купівлі поточного і минулого періоду. Річне споживання може бути як вищим, так і нижчим порівняно з річним придбанням. Тому до розрахунків необхідно додати матеріали вибіркового обстеження намірів певних груп населення щодо фактичного та бажаного набору товарів, строків їх морального та фізичного старіння. У такому разі прогноз розробляється від часткового до загального.

Довгострокові прогнози змодельовують ринкову місткість і структуру на перспективу з урахуванням зміни таких факторів, як обсяг і рівень доходів населення, чисельність і склад населення, рівень інфляції і цін та ін. Ураховуються також раціональні норми споживання та структура споживчого кошика. Для довгострокових прогнозів вдаються до методів економіко-статистичного моделювання.

При середньостроковому прогнозуванні додатково застосовуються методи екстраполяції та коефіцієнти еластичності попиту залежно від зміни доходів населення й цін.

Моделі, побудовані за результатами обстежень та опитування населення, дозволяють визначити структуру попиту на окремі товари з урахуванням незадоволеного попиту.

При моделюванні треба враховувати взаємодоповнення і взаємозамінюваність товарів у групах і між ними, а також постійні зміни в асортименті і якості товарів. Тому узгодженість пропорцій повинна бути динамічною.

У вивченні ринку споживчих товарів статистичні та регулюючі органи окремо здійснюють експертне оцінювання тіньового ринку. Проте обґрунтованої методології вивчення цього явища немає. Такий досвід дослідження мають багато країн. Для вивчення тіньового ринку проводять такі заходи:

- відстежування законності організації і здійснення діяльності суб'єктами ринкових відносин;
- вивчення результатів їх господарської діяльності;

– створення системи контролю на всіх стадіях суспільного відтворення [2, с. 309].

**Висновок.** Вивчення формування і розвитку регіонального споживчого ринку має важливе значення в управлінні розвитком економіки та вирішенні завдань комплексного розвитку регіону. Дослідження ринку споживчих товарів в Україні пов'язані з аналізом формування регіональних ринків. Для загального ринку використовують результати досліджень регіональних ринків за такими напрямками: удосконалення системи показників, щоб вони якомога повніше охоплювали явища і процеси розвитку ринку в територіальному розрізі; подальший розвиток методології відстежування і прогнозування регіональних ринків; забезпечення відстежування регіональних ринків з урахуванням факторів, які впливають на регіональні процеси і явища; забезпечення взаємозумовленості тактичного і стратегічного розвитку регіональних і загальних ринків.

### *Література*

1. Анопій В.В., Олексин І.І., Шутовська Н.О., Футало Т.В. *Організація і технологія надання послуг: Навч. посіб. / За ред. В.В.Анопія.* – К.: ВЦ „Академія”, 2006. – 312 с.
2. Герасименко С. С., Головач А. В., Єріна А. М. *Статистика - 2-ге вид., перероб. і доп.* — К.: КНЕУ, 2000. — 467 с.
3. *Забезпечення фінансової стабільності в Україні в умовах посткризової економіки: аналіт. Доповідь / Автори: Белінська Я. В. (кер. авт. колект), Покришка Д. С., Молдован О. О., Медведкіна Є. О., Месечко І. М. / За ред. Я. В. Белінської.* – К.: НІСД, 2011. – 38 с. – С. 17-18. – (Доповідь підготовлено до засідання круглого столу 27 квітня 2011 р.).
4. Карпов В. А., Кучеренко В. Р. *Маркетинг: прогнозування кон'юнктури ринку: навч. посібник.* – К.: Знання, 2001. – 215 с.
5. Попович Т. *Методичні та практичні підходи до забезпечення системності аналізу ринку споживчих товарів у регіоні // Наукові записки.* – Вип. 16. – 2006. – С. 118-124
6. *Розвиток секторів і товарних ринків України: НАН України, Інститут економічного прогнозування / За ред. проф. д.е.н. Точиліна В. О – Ужгород, ІВА, 2001. – 400 с.*