

УДК 339.3

**Н. М. Попадинець**

кандидат економічних наук,  
науковий співробітник  
відділу регіональної економічної політики,  
ДУ «Інститут регіональних досліджень  
ім. М.І. Долішнього НАН України», м. Львів

## **ВНУТРІШНІЙ РИНОК: ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ**

*На основі аналізу теоретико-методологічних джерел вітчизняних і зарубіжних учених систематизовано та узагальнено поняття «внутрішній ринок». З'ясовано його сутність і значення в національній економіці. Визначено типи ринків і їх взаємодію, розкрито функції та види внутрішнього ринку, а також досліджено та проаналізовано історичний досвід становлення значення внутрішнього ринку.*

**Ключові слова:** внутрішній ринок, галузеві ринки, місцеві ринки, регіональні ринки, теорії ринку.

### **Popadynets N. INTERNAL MARKET: APPROACHES TO THE DEFINITION**

*The definition "internal market" is systematized and generalized based on the analysis of theoretical and methodological sources of Ukrainian and foreign scientists. Essence and importance of domestic market in the national economy are defined. The types of markets and their interactions are determined, the functions and types of the domestic market are shown, as well as the historical experience of the formation of the value of the domestic market are investigated.*

**Keywords:** internal market, industry markets, local markets, regional markets, theory of market.

Як свідчить історичний досвід цивілізації XVI-XX ст., розвиток економічної системи, спрямованої на критерії ефективності та здатність до саморегулювання, зазвичай здійснювався на основі ринкових відносин. Вони значною мірою відтворюють специфіку суспільного ладу.

Становлення внутрішнього ринку розпочалося з появою простого товарообміну на ранніх стадіях розвитку суспільного поділу праці. Товарний тип зв'язку виробників і споживачів прийшов на зміну натуральним взаємовідносинам усередині ізольованого натурального господарства. Виробництво, що було спрямоване на задоволення власних потреб, поступається місцем праці виробників на невідомий і вільний ринок. Таким чином починає формуватися класичний механізм взаємодії виробників і споживачів – механізм економічної конкуренції. Господарювання в цих умовах здійснюється не для власного споживання, а задля обміну. Товарне виробництво при цьому орієнтується на платоспроможні потреби, тобто попит.

Теоретико-методологічним засадам вивчення внутрішнього ринку та його розвитку присвячено багато праць вітчизняних і зарубіжних учених. Так, погляди зарубіжних вчених щодо розвитку та процесів його формування можна розділити на кілька етапів.

Перший етап – зародження теорії ринку на основі аналізу таких ринкових відносин: конкуренція, попит, пропозиція, олігополія, а також формування теоретичних основ дослідження поведінки підприємств (П. Буагільбер, А. Сміт, Л. Вальрас, А. Маршалл, А. Пігу, А. Курно, Ж. Бертран, І. Портер).

Другий етап – для дослідження фірм і ринків використовують дедуктивний та емпіричний аналіз (В.С. Джевонс, Ф.І. Еджуорт, Д.Ж. Кларк, Ф. Найт, А. Бейл, Г. Мінз, П. Сердженг, Дж. Аллен).

Третій етап – характеризується виникненням теорії монополістичної та недосконалої конкуренції на внутрішньому ринку (П. Сраф, Е. Чемберлен, Дж. Робінсон, А. Лернен).

Четвертий етап – відображений у дослідженні теорії формування і розвитку галузевих ринків на основі впливу екзогенно-ендогенних чинників (Дж. Бейн, Е. Мейсон, Г. Демзен, Дж. Стіглер, Р. Коуз, О. Вільямсон, А. Харбергер, Й. Шумпетер, В. Ойкен, Дж. Мак-Гі).

П'ятий етап – розвиток теорії внутрішнього ринку в рамках теорії підприємства, державного регулювання, дослідження проблем вертикальних відносин, диференціації продукції, інноваційних чинників розвитку економіки та глобалізації світової економічної системи (М. Спенс, А. Діксіт, У.Дж. Баумоль, А. Волінський, Дж. Робертс, Р. Шмалензі, П. Мілгром, А. Алчян, Г. Марвел, М. Уотерсон, Г. Левіт).

Вітчизняні економісти XIX ст. Н. Назаревський, М. Туган-Барановський, А. Рафалович, П. Фомін, Д. Піхно, які ще належали до учених-економістів Російської імперії, у своїх роботах досліджували внутрішній ринок, проблеми сутності монополій, узгодженої олігопольної поведінки та концентрації галузевих ринків.

Останнім часом дослідженнями розвитку внутрішнього ринку в напрямі екзогенно-ендогенних чинників впливу на внутрішній ринок займаються такі учені: В. Геєць, В. Дем'яненко, В. Сіденко, М. Скрипниченко, І. Сторонянська, С. Шумська; дослідження внутрішнього ринку споживчих товарів і

галузевих ринків: О. Азарян, О. Амоша, В. Апопій, В. Бодров, А. Ігнатюк, В. Лагутін, Л. Лігоненко, В. Лір, Т. Осташко, О. Пустовойт, В. Точилін, М. Чорна та О. Шубін.

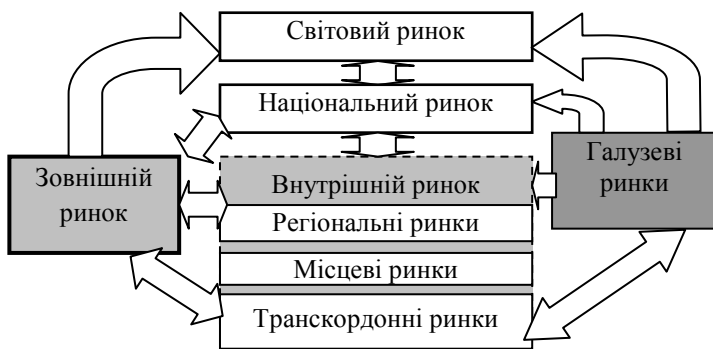
Метою статті є дослідження понятійного апарату значення «внутрішній ринок» та виокремлення його структурних та функціональних особливостей.

Формування внутрішнього ринку завжди відбувається в процесі поглиблення суспільного поділу праці. Чим глибшим є суспільний поділ праці, тим більш розвиненим стає і ринок. Ця товарна форма на певному етапі розвитку є пануючою, а товарно-грошові відносини починають опосередковувати майже всі взаємозв'язки суспільства. Економіка, в якій товарно-грошові відносини є пануючими, у літературі отримала назву «ринкової економіки». Ключовим елементом конструкції «ринкова економіка» є ринок [1, с. 7].

Внутрішній ринок як конкретна форма товарного обміну виник у процесі розвитку товарного виробництва та обміну, як невід'ємна складова товарно-грошових відносин. З розвитком товарно-грошові відносини поступово трансформувались у ринкові, основою яких є ринок. Він найбільш повно виражає сутність цього складного економічного явища.

На нашу думку, економічне зростання України все більшою мірою визначається її внутрішнім ринком, ефективність функціонування якого перетворюється в одну з головних складових довгострокового розвитку економіки.

Внутрішній ринок виступає як сфера товарного обороту і має свої просторово-територіальні межі. З огляду на них, а також на масштаби товарообороту, можна виділити декілька типів ринку, що взаємодіють між собою (рис. 1).



**Рис. 1. Типи ринків і їх взаємодія**

*Розроблено автором*

Тінювий ринок – об'єктами купівлі-продажу на якому є товари, не заборонені законом, але суб'єкти ринкових угод ухиляються від вимог чинного законодавства [2, с. 21]. Тінювий ринок є присутнім у всіх перерахованих типах ринку на рис. 1, має структуру таку саму, як і офіційні ринки, тобто його елементами є предмети споживання, засоби виробництва, кредити тощо.

Базовими в ринкових системах є галузеві ринки, що є складовою частиною всіх типів ринку. Галузеві

ринки систематизують за різними ознаками, найпоширенішою з яких є об'єкт обміну. Тому цей спосіб систематизації галузевих ринків широко використовують в економічній науці, практичній роботі органів влади, господарській діяльності підприємств для характеристики товарообігу певного виду продукції в національній економіці. На основі об'єкта обміну галузеві ринки об'єднуються у видові групи: ринки товарів кінцевого споживання (споживчій, інвестиційні товари); послуг; ринки виробничих ресурсів (трудових ресурсів, фінансових ресурсів, первинних і оброблених природних ресурсів) [3, с. 32].

Світовий ринок – це сукупність національних ринків, що поєднані між собою всесвітніми господарськими зв'язками на підставі міжнародного поділу праці, спеціалізації, кооперування, інтеграції виробництва збуту товарів і надання послуг [4, с. 56].

Зовнішній ринок, або нерезидентний – це сектор економіки, у якому відображаються операції зарубіжних економічних агентів з резидентами країни [5, с. 39].

В.О. Точилін зазначає, що місцеві ринки різняться за такими ознаками як об'єкт обміну і кон'юнктура [3, с. 32]. Тобто на одних місцевих ринках підвищеним попитом можуть користуватися продовольчі товари, на інших – непродовольчі або певні види послуг, що може впливати на формування кон'юнктури на цих ринках.

Доповнюючи, можна сказати, що сьогодні не існує єдиного підходу до визначення поняття місцевих (локальних) ринків. Проте можна вважати, що це – сукупність галузевих ринків товарів і послуг, на які існує попит споживачів у певній місцевості.

Сукупність місцевих ринків у межах конкретного регіону формує регіональні ринки. Проведені дослідження С.Л. Шульц [6, с. 106-128] засвідчують значну диференційованість регіональних ринків в Україні, однак єдність регіональних ринків у межах внутрішнього ринку країни забезпечується такими чинниками як наявність однієї національної валюти та єдиного законодавчого простору їх функціонування.

В умовах глобалізації світового господарства інтенсивного розвитку набули транскордонні ринки.

Транскордонний ринок – це об'єднані національні ринки товарів, послуг, капіталів, праці, якими неформально користуються громадяни сусідніх територій для задоволення потреб (домашнього господарства) у межах діючих національного та міжнародного законодавства. Транскордонне співробітництво у т.ч. сприяє розширенню національних законодавчих рамок щодо отримання благ із транскордонних ринків і формалізує відносини в транскордонному регіоні, залучаючи, крім громадян, й інші господарючі суб'єкти та установи [7, с. 105-106].

Найбільш проблемним на сьогодні є визначення і розмежування внутрішнього та національного ринків, оскільки деякі автори ці поняття вважають тотожними. Ці поняття можуть ототожнюватись, але

лише у випадку, коли мова йде про закрити національну економіку. Тобто, якщо уявити національну економіку, в якій усі види галузевих ринків є виключно внутрішніми, то їх сукупність можна розглядати як внутрішній ринок країни, який одночасно і є національним. Але коли йдеться про відкриту економічну систему, тоді національний ринок тісно пов'язаний з ринками інших держав, потоками товарів, послуг, капіталів, робочої сили, він є функціональною формою взаємодії економічних суб'єктів, зокрема: підприємств, домашніх господарств, державних інституцій та економічних агентів інших країн. На національному ринку також відсутній єдиний рівень цін на товари і послуги, що не дає можливості кількісно обрахувати його обсяг. На відміну від національного, внутрішній ринок країни обслуговує потреби тільки тих суб'єктів господарювання, які знаходяться на економічній території певної країни. Тому внутрішній ринок потрібно вважати механізмом задоволення потреб суб'єктів ринку, які знаходяться на економічній території даної країни, за рахунок пропозиції підприємств-резидентів.

Внутрішній ринок разом з експортними та імпортованими потоками утворює відкриту систему національного ринку, що є складовою світового ринкового середовища. Внутрішній ринок можна вважати ядром національного ринку і фактором подальшого економічного зростання та розвитку національної економіки.

Попередньо наведена класифікація етапів розвитку внутрішнього ринку надає можливість усвідомити, що таке внутрішній ринок та які економісти вперше розпочали дослідження напрямів його розвитку.

Внутрішній ринок відіграє важливу роль у стимулюванні національного виробництва (збільшенні обсягів виробництва, зниженні втрат на одиницю продукції, підвищенні її якості та удосконаленні галузевої структури), зростанні добробуту населення, зміцненні економічної та політичної незалежності. Виходячи з того, що поряд з ринками досконалої конкуренції функціонують ринки недосконалої конкуренції, існує постійна потреба в дослідженнях, метою яких є аналіз механізму спрямування господарської діяльності виробників і посередників на задоволення зростаючого споживчого попиту на різноманітні товари та послуги, розвитку виробництва, що базується на новітніх досягненнях науки та техніки, місця та ролі в цьому процесі держави.

Визначення поняття внутрішнього ринку відображалось у працях багатьох економістів сучасності. Так, авторським колективом наукової доповіді "Галузеві ринки України: оцінка стану та перспективи розвитку" звернуто увагу на те, що такі визначення внутрішнього ринку є не зовсім методологічно виваженими, оскільки за єдину його ознаку прийнято кордони держави. Виходячи з цього, купівлю нерезидентами продукції всередині країни можна розглядати як товарообмінні операції на внутрішньому ринку. Вони уникнули такого роду помилки і у своїй доповіді розглянули внутрішній ринок як "...систему відносин у сфері товарного

обміну і купівлі-продажу товарів і послуг і їх просування від виробника (резидента) до споживача в межах державних кордонів"[8, с. 5]. Проте, на наш погляд, і це визначення не дає чітких методологічних орієнтирів для визначення кількісних параметрів внутрішнього ринку – обсягу, сукупного попиту та пропозиції.

Авторський колектив монографії "Ринки реального сектора економіки України: структурно-інституціональний аналіз" визначає внутрішній ринок як "сукупність галузевих ринків національної економіки, на яких домогосподарства, підприємства і держава задовольняють платоспроможний попит на товари і послуги, у тому числі імпортні"[3, с. 34]. Авторський колектив науково-методичної розробки "Внутрішній ринок України: теорія та стратегія посткризового розвитку" внутрішньому ринку дає таке визначення: "це система суспільно-економічних відносин і взаємопов'язаних інституцій у сфері товарно-грошового обігу, які опосередковують взаємовідносини між вітчизняними виробниками-продавцями і споживачами-покупцями на території певної країни"[2, с. 12]. О. Михайленко розглядає внутрішній ринок як "механізм задоволення потреб суб'єктів ринку, що знаходяться на економічній території певної країни, за рахунок пропозиції підприємств-резидентів"[5, с. 38]. О. Пустовойт [9, с. 52] економічне поняття "внутрішній ринок" використовує для характеристики обсягів споживання товарів і послуг домогосподарствами, підприємствами, органами управління всіх рівнів, що здійснюється через сферу товарного обігу національної економіки.

Проте ми вважаємо, що найбільш широко і точно охарактеризував сутність значення внутрішнього ринку В. Лагутін [10, с. 7]. Він визначає внутрішній ринок як "цілісну систему соціально-економічних відносин у межах території країни між покупцями, продавцями та торговими посередниками з приводу руху товарів і грошей, що забезпечує реалізацію потреб економічних суб'єктів у товарах (послугах, роботах), а також систему соціально-економічних відносин і сукупність інституцій у сфері товарного обігу, що опосередковують взаємовідносини між виробниками-продавцями і споживачами-покупцями на внутрішній території країни".

Велика кількість визначень представлена і в енциклопедичних і довідкових посібниках. Зокрема, внутрішній ринок це – ринок, що діє всередині країни, у її межах [11, с. 55]; система економічних відносин у процесі обміну товарами, цінними паперами та послугами, що виникають між виробником і споживачами матеріальних благ і послуг; продукт суспільного поділу праці [12, с. 251]; сфера обертання товарів і послуг у межах національної економіки [13, с. 792]; товарообіг, обмежений рамками державного кордону [14, с. 299]; сфера товарного обміну, обмежена державними кордонами; сукупність економічних відносин товаровиробників і споживачів стосовно реалізації товару [15, с. 272]. Цей перелік можна продовжувати, хоча здебільшого визначення є еквівалентними, а інколи і взаємозамінними.

На наш погляд, з наведеної великої кількості думок щодо визначення внутрішнього ринку, варто виділити такі головні ознаки цього поняття.

Внутрішній ринок – це:

- територіально-інституціональне утворення;
- сфера товарного обігу, що функціонує в межах державного кордону і регулюється органами влади цієї країни;
- складова макроекономічної системи суспільства, що представлена товарними, грошовими і фінансовими потоками національного капіталу, і де за певного рівня цін відбувається розподіл обмежених виробничих ресурсів, інвестиційних, споживчих товарів і послуг.

Для більш яскравого розуміння сутності внутрішнього ринку, здійснимо його класифікацію за низкою критеріїв [1, с. 19-21]:

1. Залежно від якісних характеристик товарів і послуг, що домінують в обігу:

– високотехнологічний – на ньому обґрунтованими є зусилля з інтеграції технологічної та маркетингової стратегії розвитку торгівлі, де така інтеграція забезпечує досягнення ефекту синергії, що дає змогу підвищити ефективність реалізації стратегії щодо розвитку торгівлі;

– низькотехнологічний – ринок з високою часткою низькотехнологічної продукції та відсутністю сучасних технологій просування товарів і послуг на ринок (маркетингова політика та сучасні високотехнологічні засоби торгівлі).

2. Залежно від особливостей входу та виходу:

– відкритий – ринок, у межах якого відбувається обмін товарами і послугами за участю усіх бажаних виробників і споживачів без будь-яких обмежень (інформації про попит, пропозицію, ціну, якість продукції тощо);

– закритий – ринок, у межах якого взаємодіють продавці і покупці, пов'язані різними формами некомерційних відносин: юридичною залежністю, системою пайової участі і фінансового контролю, угодами про спеціалізацію і кооперування, спеціальними торгово-економічними, валютно-кредитними і специфічними договорами, що не мають суто комерційного характеру.

3. Залежно від конкурентної структури:

– конкурентний – ринок з великою кількістю незалежних виробників однорідних товарів, що не в змозі впливати на рівень цін і рішення один одного;

– олігопольний – ринок на якому домінує невелика кількість конкуруючих підприємств однієї галузі, що й формують ціну на виготовлений ними товар;

– монопольний – серед учасників ринку певної продукції є один виробник, який займає монопольне становище, тобто формує значну частку пропорції цієї продукції та її ціну.

4. Залежно від виду і критерію часового інституту:

– реальний – ринок, що відображає кон'юнктуру та ціну на певну продукцію у реальному часі;

– умовний – ринок характеризується наявністю значного часового лагу між часом укладання угод купівлі-продажу та формуванням ціни на продукцію та реальним часом реалізації такої угоди;

– віртуальний – середовище електронної комерції, у якому продавці та покупці здійснюють ринкові операції за допомогою комп'ютерних і телекомунікаційних технологій.

5. Залежно від державного впливу:

– регульований – регулюється і контролюється державою за допомогою спеціальних механізмів адміністративного та економічного характеру;

– нерегульований – формування вільного ціноутворення, що складається внаслідок співвідношення між суспільним попитом і суспільною пропозицією певного товару без участі держави. При вході на ринок будь-якого товару та під час виходу з нього відсутні штучно створені бар'єри.

6. Залежно від насиченості ринку об'єктами та суб'єктами:

– концентрований – характеризується скупченням виробників і споживачів певної продукції, ринкових посередників у межах певної території, часу та галузі;

– неконцентрований – на ньому функціонує незначна частка продавців певної продукції, які контролюють пропозицію на ринку; характеризується високим рівнем бар'єрів для входження на ринок.

7. Залежно від наявності інтенсивних торговельних зв'язків:

– інтегрований – чим вищий взаємозв'язок між виробником, торговельними посередниками і споживачами, тим вищий рівень інтегрованості ринку. При високому рівні інтегрованості ринку трансакційні витрати є меншими, ніж на слабоінтегрованому;

– неінтегрований – характеризується територіальною “розірваністю” між продавцями і покупцями продукції. Результатом регіональної дезінтегрованості ринку може стати перенесення частини попиту і пропозиції регіону з внутрішнього ринку на зовнішній ринок.

8. Залежно від товарного дисбалансу попиту і пропозиції:

– симетричний – ринок, на якому попит врівноважений із пропозицією, як у розрізі груп товарів, так і їх номенклатури. Абсолютна симетричність ринку – це ідеальний стан ринку, якого домогтися практично неможливо;

– асиметричний – якщо попит більший за пропозицію, виникає дефіцит товарів, що негативно впливає на ціноутворення. Якщо попит менший за пропозицію, причиною цього є неефективна виробнича та маркетингова політика. Асиметричність ринку найчастіше виникає за умов непоінформованості про ситуацію на ринку щодо потреб споживачів і навпаки.

Важливість дослідження структури внутрішнього ринку впливає з тієї вагомої ролі, яку він відіграє в забезпеченні соціально-економічного розвитку країни, оскільки внутрішній ринок є макроекономічною інфраструктурою, основою функціонування національної економіки, що визначає життєдіяльність усього суспільства.

Дослідження внутрішнього ринку ґрунтується на ідеях необхідності подальших змін теперішніх ринкових відносин, які поки що не виконують

ефективних організаційних і мотиваційних чинників розвитку національної економіки.

Тому не менш важливим є теоретико-методологічне забезпечення правильного формування функцій внутрішнього ринку. Функції внутрішнього ринку впливають із його сутності, відображають основне його призначення і визначають його роль у розвитку національної економіки. Основними функціями ринку є [16, с. 49]:

– саморегулююча – збалансування попиту і пропозиції за обсягом і за структурою, передбачення узгоджень виробництва і споживання товарів і послуг за всіма асортиментами;

– регулююча – встановлення рівноважної (конкурентної) ціни, тобто ціни пропозиції, що відповідає суспільній корисності товару;

– контролююча – створення передумов для виробництва рівноважного обсягу товарів, тобто такого обсягу, що потрібен ринку і який буде проданий на ньому;

– стимулююча – спонукання виробників до зниження витрат, підвищення якості та споживчих властивостей товарів;

– інформаційна – інформування товаровиробника ціною, що вигідно виготовляти, що ні, скільки, на які верстви населення варто орієнтуватись, а споживача – де можна придбати і за якою ціною;

– реалізації – доведення продукції від виробництва до споживання та забезпечення безперервної зміни форми вартості товару.

У процесі розвитку внутрішнього ринку на основі наведених функцій відбувається:

– формування попиту і пропозиції на продукцію за потребами суспільства;

– створення економічних зв'язків між споживачами і виробниками;

– подання інформації товаровиробникам і споживачам;

– доведення продукції до кінцевого споживача.

Під час розвитку внутрішнього ринку зазначені функції ускладнюються, адже виробництво стає все більш диференційованим, а споживання – більш різноманітним.

Дослідження етапів формування та напрямів розвитку теорії внутрішнього ринку дає змогу говорити про внутрішній ринок як сукупність усіх процесів, пов'язаних із виробництвом, розподілом, обміном і споживанням всередині країни. Внутрішній ринок є важливою складовою відтворення суспільного продукту, на основі якого створюються необхідні умови для відновлення та розширення відтворювальних процесів в економіці. Отже, під внутрішнім ринком розуміється сукупність економічних процесів, на яких підприємства та держава задовольняють платоспроможний попит на товари та послуги власного виробництва, а також на імпорتنі. Попри те, що ринок послуг є важливим сегментом у структурі внутрішнього ринку та демонструє динамічний розвиток, усе ж таки вирішальним для збільшення ефективності розвитку та функціонування внутрішнього ринку є розвиток товарного ринку, що на основі ринкових критеріїв і показників визначає той стан внутрішнього ринку, що

в перспективі має бути досягнутий, а його результат має стати основою розвитку національної економіки.

### **Список використаних джерел**

1. *Внутрішній ринок продукції лісової промисловості України: проблеми та напрями розвитку* : монографія / Н. М. Попадинець. – Львів, ІРД НАН України, 2014. – 182 с.

2. Бодров В. Г. *Внутрішній ринок України : теорія та стратегія посткризового розвитку* : [наук.-метод. розробка] / [В. Г. Бодров, Н. І. Балдич, В. О. Гусєв та ін.] ; за заг. ред. В. Г. Бодрова. – К. : НАДУ, 2011. – 80 с.

3. *Ринки реального сектора економіки України : структурно інституціональний аналіз* / [Точилін В. О., Осташко Т. О., Пустовойт О. В. та ін.] ; за ред. д-ра екон. наук, проф. В. О. Точиліна ; Ін-т екон. та прогноз. НАН України ; – К., 2009. – 640 с.

4. Корольова О. Г. *Стратегія формування привабливості зовнішнього ринку для підприємств плодоовочевого підкомплексу Миколаївської області* : дис. ... кандидата екон. наук : 08.08.01 / Корольова Олена Григорівна. – Херсон, 2010. – С. 231.

5. Михайленко О. Ф. *Роль внутрішнього ринку у соціально-економічному розвитку України* / О. Ф. Михайленко // *Економіка України*. – 2002. – № 10. – С. 37-42.

6. Шульц С. Л. *Економічний простір України : формування, структурування та управління* : [монографія] / С. Л. Шульц. – Львів : ІРД НАН України, 2010. – 408 с.

7. Мікула Н. А. *Транскордонне співробітництво в умовах інтеграційних процесів України* : дис. ... доктора екон. наук : 08.08.01 / Мікула Надія Анатоліївна. – Львів, 2005. – 426 с.

8. Точилін В. О. *Галузеві ринки України : оцінка стану та перспективи розвитку* : [наукова доповідь] / За ред. В. О. Точиліна. – К. : Ін-т екон. прогноз. НАН України, 2004. – 78 с.

9. Пустовойт О. В. *Внутрішній ринок України : потенціальні та реальні можливості впливу на економічне зростання* / О. В. Пустовойт // *Економіка України*. – К., 2007. – № 3. – С. 52-59.

10. Лагутін В. Д. *Внутрішній ринок споживчих товарів : теорія розвитку і регулювання* : [монографія] / В. Д. Лагутін. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. – 327 с.

11. Райзберг Б. А. *Современный экономический словарь* / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Э. Б. Стародубцева. – М. : ИНФРА-М, 1996. – 496 с.

12. *Економічна енциклопедія* : у 3-х т. / Відпов. ред. С. В. Мочерний. – Т. 1. – К. : Академія, 2002. – 864 с.

13. Загородній А. Г. *Фінансово-економічний словник* / А. Г. Загородній, Г. Л. Вознюк. – К. : Знання, 2007. – 1072 с.

14. Живко З. В. *Словник сучасних економічних термінів* / З. В. Живко, М. О. Живко, І. Ю. Живко. – Львів : Краї, 2007. – 384 с.

15. Коломойцев В. Є. *Універсальний словник економічних термінів* : [навчальний посібник] / В. Є. Коломойцев. – К. : Видавництво "Молодь", 2000. – 384 с.

16. *Сторонянська І. З. Внутрішній ринок : концептуалізація поняття* / І. З. Сторонянська, Н. М. Попадинець // *Вісник інституту економіко-правових досліджень НАН України* ; редкол.: В. К. Мамутов (відп. ред). – Донецьк, 2011. – Вип. 1 (2). – С. 46-51.

### **References**

1. *Popadynets, N. M. (2014). Vnutrishniy rynek produktsiyi lisovoyi promyslovosti Ukrainy: problemy ta napryamy rozvytku [The domestic market of the forest products of industry in Ukraine: problems and directions of development]. Lviv: Institute of Regional Research of the NAS of Ukraine. [in Ukrainian].*

2. Bodrov, V. H., Baldych, N. I., & Gusev, V. A. (2011). *Vnutrishniy rynek Ukrayiny : teoriya ta stratehiya postkryzovoho rozvytku [The domestic market in Ukraine : theory and strategy of post-crisis development]*. Kyiv : NADU. [in Ukrainian].
3. Tochilina, V. A., Ostashko, T.A., & Pustovoyt, O.V. (2009). *Rynky real'noho sektora ekonomiky Ukrayiny : strukturno instytutsional'nyy analiz [The markets of the real sector of economy in Ukraine : structural and institutional analysis]*. Kyiv: Institute of Economics and Forecasting of NAS of Ukraine. [in Ukrainian].
4. Korolova, O. H. (2010). *Stratehiya formuvannya pryvablyvosti zovnishn'oho rynku dlya pidpryyemstv plodoovochevoho pidkompleksu Mykolayivs'koyi oblasti [The strategy of establishing the attractiveness of the external market for companies of fruit-and-vegetable subcomplex in Mykolaiv region]*. (Ph.D. in Econ. Dissertation, Kherson). [in Ukrainian].
5. Mykhaylenko, O. F. (2002). *Rol' vnutrishn'oho rynku u sotsial'no-ekonomichnomu rozvytku Ukrayiny [The role of internal market in socio-economic development of Ukraine]*. *Ekonomika Ukrayiny – Economy of Ukraine*, 10, 37-42. [in Ukrainian].
6. Shults, S. L. (2010). *Ekonomichnyy prostir Ukrayiny: formuvannya, strukturnuvannya ta upravlinnya [Ukrainian Economic Space: formation, structuring and management]*. Lviv: Institute of Regional Research of the NAS of Ukraine. [in Ukrainian].
7. Mikula, N. A. (2005). *Transkordonne spivrobitnytstvo v umovakh intehtatsiynykh protsesiv Ukrayiny [Cross-border cooperation in the conditions of integration processes of Ukraine]*. (Ph.D. in Econ. Dissertation, Lviv). [in Ukrainian].
8. Tochilina, V. A. (Ed.). (2004). *Haluzevi rynky Ukrayiny : otsinka stanu ta perspektyvy rozvytku [The branch markets of Ukraine : assessment of the status and prospects of development]*. (Scientific Report). Kyiv: Institute of Economics and Forecasting of NAS of Ukraine. [in Ukrainian].
9. Pustovoyt, O. V. (2007). *Vnutrishniy rynek Ukrayiny : potensial'ni ta real'ni mozhyvosti vplyvu na ekonomichne zrostannya [The domestic market in Ukraine : potential and real influence on economic growth]*. *Ekonomika Ukrayiny – Economy of Ukraine*, 3, 52-59. [in Ukrainian].
10. Lahutin, V. D. (2008). *Vnutrishniy rynek spozhyvchyykh tovariv : teoriya rozvytku i rehulyuvannya [The domestic market of consumer goods : a theory of development and regulation]*. Kyiv: Kyiv National University of Trade and Economics. [in Ukrainian].
11. Rayzberh, B., Lozovskyy, L. & Starodubtseva, E. (1996). *Sovremennyy ékonomycheskyy slovar' [Modern economic dictionary]*. Moscow: INFRA. [in Russian].
12. Mocherny, S. V. (2002). *Ekonomichna entsyklopediya : u 3-kh t. [Economic Encyclopedia: in 3 vol]*. Kyiv: Academy, 1 vol. [in Ukrainian].
13. Zahorodniy, A. H. & Voznyuk, H. L. (2007). *Finansovo-ekonomichnyy slovnyk [Financial and economic dictionary]*. Kyiv: Znannya. [in Ukrainian].
14. Zhyvko, Z. B., Zhyvko, M. O. & Zhyvko, I. Y. (2007). *Slovnyk suchasnykh ekonomichnykh terminiv [Dictionary of modern economic terms]*. Lviv: Kray. [in Ukrainian].
15. Kolomoitsev, V. E. (2000). *Universal'nyy slovnyk ekonomichnykh terminiv [Universal dictionary of economic terms]*. Kyiv: Molod. [in Ukrainian].
16. Storonyanska, I. Z. & Popadynets, N. M. (2011). *Vnutrishniy rynek : kontseptualizatsiya ponyattya [Internal market : a conceptualization of definition]*. In V. K. Mamutov (Ed.). *Visnyk instytutu ekonomiko-pravovykh doslidzhen' NAN Ukrayiny – Journal of the Institute of Economic and Legal Research of NAS of Ukraine*, 1(2), 46-51. [in Ukrainian].