

Н. М. Попадинець

## Структурно-інституційна модель внутрішнього ринку споживчих товарів

*Розкрито зміст економічного категоріального апарату сутності поняття «інститути» та «інституції». Визначено структурно-інституційний концепт функціонування внутрішнього ринку споживчих товарів. Побудовано структурно-інституційну модель внутрішнього ринку споживчих товарів і визначено її екзогенне та ендогенне середовище. Встановлено, що така модель може реалізовуватися, застосовуючи такий інституційний елемент, як механізми функціонування ринку, що є важелем впливу на економічних агентів (учасників ринку). Запропоновано композицію формування та розвитку структурно-інституційних зв'язків між суб'єктами внутрішнього ринку споживчих товарів. Встановлено, що структурно-інституційний вимір функціонування ринку споживчих товарів показує значимість використання комплексного підходу до його розвитку, роблячи акценти на взаємозв'язку всіх інституційних компонентів, що мають можливість забезпечувати нормальну діяльність ринку у внутрішньому середовищі.*

*Ключові слова:* внутрішній ринок, регулювання, споживчі товари, структурно-інституційна модель, ендогенне середовище, екзогенне середовище.

**Постановка проблеми.** Глобалізація світових економічних процесів передбачає якісні зміни в структурі національних економічних систем, зокрема в такій важливій складовій як внутрішній ринок споживчих товарів, що зумовлює оновлення та створення нових правил його функціонування. Зміщення акцентів у бік зростання ролі інноваційно-інформаційних факторів розвитку внутрішнього ринку відповідає потребам ринкової економіки та сучасним викликам, пов'язаним з інтенсифікацією євроінтеграційних процесів, які нині стоять перед нашою країною, що обґрунтовує необхідність аналізу не тільки сутнісних і трансформаційних аспектів розвитку внутрішнього ринку споживчих товарів, але й дослідження питань, пов'язаних з його структурним та інституційним забезпеченням.

**Аналіз останніх досліджень.** На сьогодні питанням функціонування внутрішнього ринку споживчих товарів присвячено низку наукових праць таких учених, як Дж. М. Кейнса [1], Ф. Котлера та Дж. Сондерса [2], Д. Норта [3], Д. Рікардо [4] та інших. Серед українських дослідників, які присвятили свої праці питанням інституційного забезпечення внутрішнього ринку споживчих товарів та аналізу тенденцій його трансформацій, можна виокремити І. Бланка [5], В. Геєця [6], Я. Жаліло [7], М. Кармазіну та О. Шурбовану [8], Н. Ільченко [9] тощо. Позитивно оцінюючи вагомі здобутки сучасної наукової парадигматики щодо особливостей розвитку внутрішнього ринку споживчих товарів в Україні, важливо зазначити, що поза увагою досі залишається дослідження його структурно-інституційних аспектів.

**Метою статті** є аналіз закордонних наукових досліджень, пов'язаних з висвітленням економічних закономірностей функціонування внутрішнього ринку споживчих товарів і на основі цього побудова структурно-інституційної моделі внутрішнього ринку споживчих товарів.

**Основні результати дослідження.** Традиційно в нашій країні особливості внутрішнього ринку споживчих товарів розкриваються лише крізь призму інституційного забезпечення, залишаючи поза увагою дослідження взаємозалежностей і зв'язків між його структурними складовими, які є відображенням розвитку цього ринку, що обумовлює концентрацію уваги в цьому дослідженні

на питанні комплексного структурного та інституційного забезпечення внутрішнього ринку споживчих товарів.

У науковій літературі досить часто можна зустріти праці, присвячені теоретико-методологічній проблематиці дослідження економічного категоріального апарату, у яких зустрічається помилкове уподібнення таких дефініцій як «інститути» та «інституції», що ускладнює процес дослідження наукових засад функціонування та регулювання розвитку внутрішнього ринку споживчих товарів, тому потребує розставлення чітких акцентів.

Відомий неоінституціоналіст Д. Норт пропонує так розмежовувати вказані поняття: під «інститутами» слід розуміти закони, правила, звичаї, норми, а під «інституціями» – організації (установи), тобто державні органи, політичні партії, профспілки тощо. Перші – це правила, які визначають спосіб «гри», другі ж – суто актори, межі компетенції яких – лише формування стратегії та майстерність [3, с. 98]. М. Кармазіна та О. Шурбована вважають, що питання синонімії понять «інститут» та «інституція» вирішується шляхом окреслення специфіки застосування кожного з них та неприпустимості ототожнення їх значень [8, с. 18]. Таке розмежування понять дає змогу чітко розрізнити два наукові підходи під час проведення дослідження: інституційний та інституціональний. Останній визначають як загальний метод дослідження державного управління, який через зосередження на структурно-функціональних засадах побудови систем органів виконавчої влади та формально-правовій характеристиці політичної системи дає можливість дослідити взаємозалежність і взаємозв'язок між змінами інституційних структур і змістом державної політики [9, с. 63; 10, с. 56].

Згідно з положеннями неоінституційної теорії, на структуру та дії суб'єктів внутрішнього ринку впливають інституційні чинники, які знайшли своє обрамлення в трьох видах впливу: примусовий, пов'язаний з регуляторними обмеженнями, нормативний – у межах національного нормативно-правового забезпечення та когнітивний (або міметичний), що характеризується моделюванням дій одних суб'єктів ринку за зразком і подобою інших. Дійсно, учасники внутрішнього споживчого ринку, занурені у свою діяльність, постійно взаємодіють з інституційними елементами та піддаються їх впливу, але в межах більш складного, динамічного, нелінійного та багатовимірного середовища. Також важливо пам'ятати про важливу роль усіх стейкхолдерів внутрішнього споживчого ринку для розвитку національної економічної системи, що значно розширює межі вказаного детермінованого розуміння елементів цього ринку та формує уявлення про структурно-інституційний концепт його функціонування (рис. 1).

Відомо, що закордонні економісти [1-3], які досліджували процес розвитку внутрішнього ринку, надають перевагу науковій думці про однозначність сприйняття складових його структурно-інституційного забезпечення як сукупності нормативно-правових актів, розпоряджень, правил, регламентів, з одного боку, і традиційних, звичаєвих норм поведінки, культурних правил, з іншого, умовно розподіляючи їх на формальні та неформальні інститути. Погоджуючись з основною ідеєю цього підходу, важливо зазначити про недостатню увагу дослідженню всіх інституційних категорій, пов'язаних з ринком споживчих товарів і висвітлення взаємопов'язаності вказаних інститутів як детермінант економічного розвитку країни.

Враховуючи, що діяльність кожного суб'єкта споживчого ринку залежить не тільки від наявних у нього ресурсів і можливостей, але й від сукупності тих умовностей і правил (нормативно-правового, політичного, економічного, соціального характеру), які його оточують, важливо виділити ті інститути внутрішнього ринку споживчих товарів, які формують пряму залежність з діяльністю основних учасників ринку.

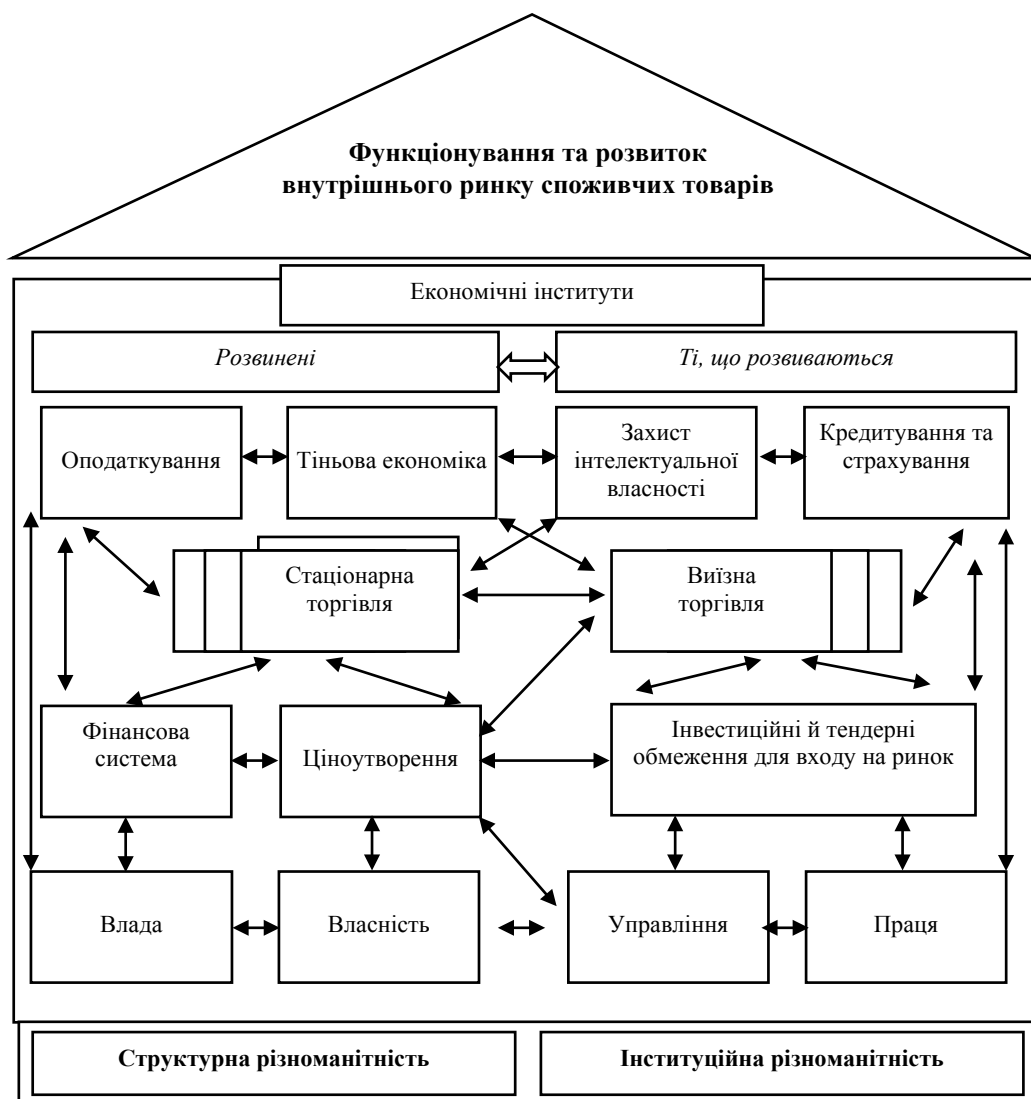


Рис. 1. Структурно-інституційний концепт функціонування внутрішнього ринку споживчих товарів  
Побудовано автором.

Дослідження українських учених [11, с. 50-51] обґрунтовують наявність чотирьох первинних (базисних) складових у композиції структурно-інституційного забезпечення, де такі економічні категорії, як «влада», «власність», «управління» та «праця» (економічна діяльність) обумовлюють, головно, поведінку учасників внутрішнього ринку споживчих товарів на відміну від багатьох інших рамкових правил, норм і положень.

Інститут влади постає першим з елементів структурно-інституційного забезпечення ринку споживчих товарів в ендогенному (внутрішньому) середовищі, оскільки є основною складовою, що регулює його функціонування. Прихильники класичної реалістичної школи (Г. Моргентгау [12], Дж. Нобель [13]) переконані у визначальній ролі влади та розглядають цей інститут як потужний механізм, що рухає державу вперед у зовнішньому просторі та водночас є незамінним компонентом міжрегіональних і міжгалузевих внутрішніх відносин. Інший

дослідник, Джеффри Харт визначав владу як «здатність держави забезпечити гру за конкретними правилами поведінки всіх суб'єктів господарювання, розташованих на її території, навіть у випадках, коли ці дії суперечать прямим інтересам останніх» [14, с. 303]. Попри зусилля, які докладають прихильники цієї точки зору, підхід до аналізу інституту влади через його елементи все ще глибоко вкорінений у наукових працях з економіки. Так, інститут влади формально реалізується на внутрішньому ринку через закони та підзаконні нормативно-правові акти центральних і регіональних органів державної влади (укази, розпорядження, постанови, нормативи, стандарти та ін.), рішення та розпорядження органів регулювання та органів місцевого самоврядування з метою регулювання та стимулювання розвитку інвестиційної, підприємницької, інноваційної складової на споживчому ринку.

Дійсно, для забезпечення гармонійного та ефективного функціонування внутрішнього споживчого ринку в економічній системі України потрібні чіткі правила «гри» у царині влади, оскільки вони є передумовою для виникнення відносин, пов'язаних з іншим інститутом – власності, а відсутність конкретних норм у їх структурі може призвести до хаосу у відносинах між учасниками та основними стейкхолдерами ринку або взагалі унеможливити їх спільне існування.

Економічні категорії «влада» та «власність» тісно пов'язані між собою, оскільки обидві грають вкрай важливу роль у формуванні економічної системи та обумовлюють сучасні трансформаційні зміни в українській ринковій економіці, тому інститут власності є важливим компонентом у системі структурно-інституційного забезпечення внутрішнього ринку споживчих товарів. Окрім того, модель переходу нашої держави до ринкової економічної системи продовжує характеризуватися становленням господарських зв'язків нового типу, де провідну роль грають відносини, пов'язані з інститутом власності, проте й досі цей процес супроводжується низкою проблем, пов'язаних з механізмом його регулювання.

Розуміння сутності інституту власності як економічної категорії дещо відрізняється в різних державах світу через різну структуру самого права власності, викликану особливостями національної нормативно-правової бази, що зумовлює й відмінності в деяких економічних показниках. В українському розумінні економічна власність розглядається крізь призму багатоманітності її форм: приватна, колективна, комунальна, державна, змішана, спільна комунальна [15] та виражається через такі важелі, як квотування, ліцензування, сертифікацію, реєстрацію, процес отримання інших дозвільних документів, державну експертизу, заключення договорів (контрактів) тощо.

Визначаючи пул особливостей реалізації права власності, цей інститут допомагає сформувати економічні стимули для суб'єктів господарювання та інших стейкхолдерів внутрішнього ринку, які спонукають їх приймати ті чи інші рішення та обґрунтовують тип їхньої поведінки на ринку споживчих товарів, що дозволяє наголосити на важливій ролі інституту власності як структурно-інституційної складової споживчого ринку та важливого фактора його економічного зростання.

Ще одним базовим компонентом у структурно-інституційній архітектоніці внутрішнього ринку постає інститут управління, що розглядається як сукупність таких компонентів: використання раціональних та ефективних форм і методів управління; регулювання внутрішнього ринку споживчих товарів; формування та реалізація пріоритетних цілей і напрямів розвитку цього ринку в розрізі регіонального, місцевого та транскордонного рівнів; обґрунтування та застосування діагностичних методик для визначення поточного стану та формування напрямів розвитку внутрішнього споживчого ринку у стратегічній перспективі; здійснення державного нагляду за внутрішнім ринком споживчих товарів органами державного нагляду; пом'якшення асиметрій між споживчими

ринками одного рівня (регіонального, місцевого, транскордонного) та подолання диференціацій у структурі попиту та пропозиції; формування інвестиційно привабливого іміджу внутрішнього ринку споживчих товарів тощо. У цьому контексті у практиці внутрішньої споживчої діяльності інститут управління знаходить свій вираз у вигляді організаційно-розпорядчої, первинно-облікової, фінансової, звітно-статистичної, планової, ресурсної, нормативно-технічної та іншої документації, здатної забезпечити тактичний вплив на ринок з метою його ефективного функціонування під час будь-яких змін у ендегенному та екзогенному середовищі. Окрім цього, особливо важливу роль у цьому процесі мають відігравати документи стратегічного характеру (стратегії розвитку, плани реалізації, концепції), спрямовані на забезпечення збалансованого та довгострокового розвитку внутрішнього споживчого ринку в Україні. Також важливо акцентувати увагу на поглибленій та покроковій роботі з формування та реалізації вищевказаних нормативно-правових актів локального характеру за допомогою залучення ключових стейкхолдерів споживчого ринку на певному рівні управління, а також представників наукового та експертного середовища.

Економічним інститутом, що замикає первинний рівень структурно-інституційного забезпечення внутрішнього ринку споживчих товарів, є праця (безпосередньо економічна діяльність). Під працею в цьому контексті розуміється кількість фізичних, розумових і соціальних зусиль, що використовуються для суспільного розподілу товарів в економіці. Праця є одним з основних факторів функціонування взаємозалежних складових внутрішнього ринку споживчих товарів: ринків продовольчих і непродовольчих товарів, що функціонують для задоволення потреб населення у товарах і підвищення конкурентоспроможності продукції на регіональному, місцевому та транскордонному рівнях, а отже – забезпечення соціально-економічного розвитку всієї країни. Інститут праці реалізується через торговельний процес (оптова й роздрібна торгівля товарами за видами економічної діяльності, де важливу роль відіграє ступінь розвиненості мережі торгових об'єктів), а також за допомогою посередницької, маркетингової, інформаційної, інноваційної діяльності. Дефініція «праця» крізь призму економічної теорії розглядається більшістю вчених як первинний економічний інститут з огляду на стратифікований соціально-рамковий механізм її забезпечення, в основі якого лежить головний процес – отримання доходу. З точки зору індивідуума, праця сприймається як каталізатор сукупності його здатностей (фізичних і ментальних), реалізація яких спрямована на гармонізацію особи із зовнішнім середовищем для задоволення власних потреб. Ця економічна категорія має тісні зв'язки з поняттям «робоча сила», проте деякі економісти помилково їх ототожнюють: згідно з положеннями економічної теорії, інститут праці має первинну природу, що розкриває свою сутність через категорію «робоча сила», тобто перший термін має ширше значення та розуміється не тільки як економічний ресурс, але й увесь процес економічної діяльності, у результаті якого відбувається наповнення ринку товарами відповідно до суспільного попиту, тоді як робоча сила в цьому контексті розглядається як сукупність суб'єктів праці.

Водночас важливо зазначити, що механізм реалізації інституту праці є можливим лише у межах конкретних інституційних обмежень і здійснюється через відносини з іншими взаємозалежними економічними структурно-інституційними складовими внутрішнього ринку споживчих товарів: владою, власністю та управлінням. Кожен з відображених первинних інститутів є компліментарним щодо іншого, оскільки тільки разом вони утворюють структурно-інституційну модель, що обґрунтовує та відображує умови функціонування споживчого ринку на поведінку його учасників та інших основних стейкхолдерів (рис. 2).

Ця модель гармонійно інтегрована в загальну систему економічних відносин України та реалізується завдяки таким інституційним елементам, як механізми

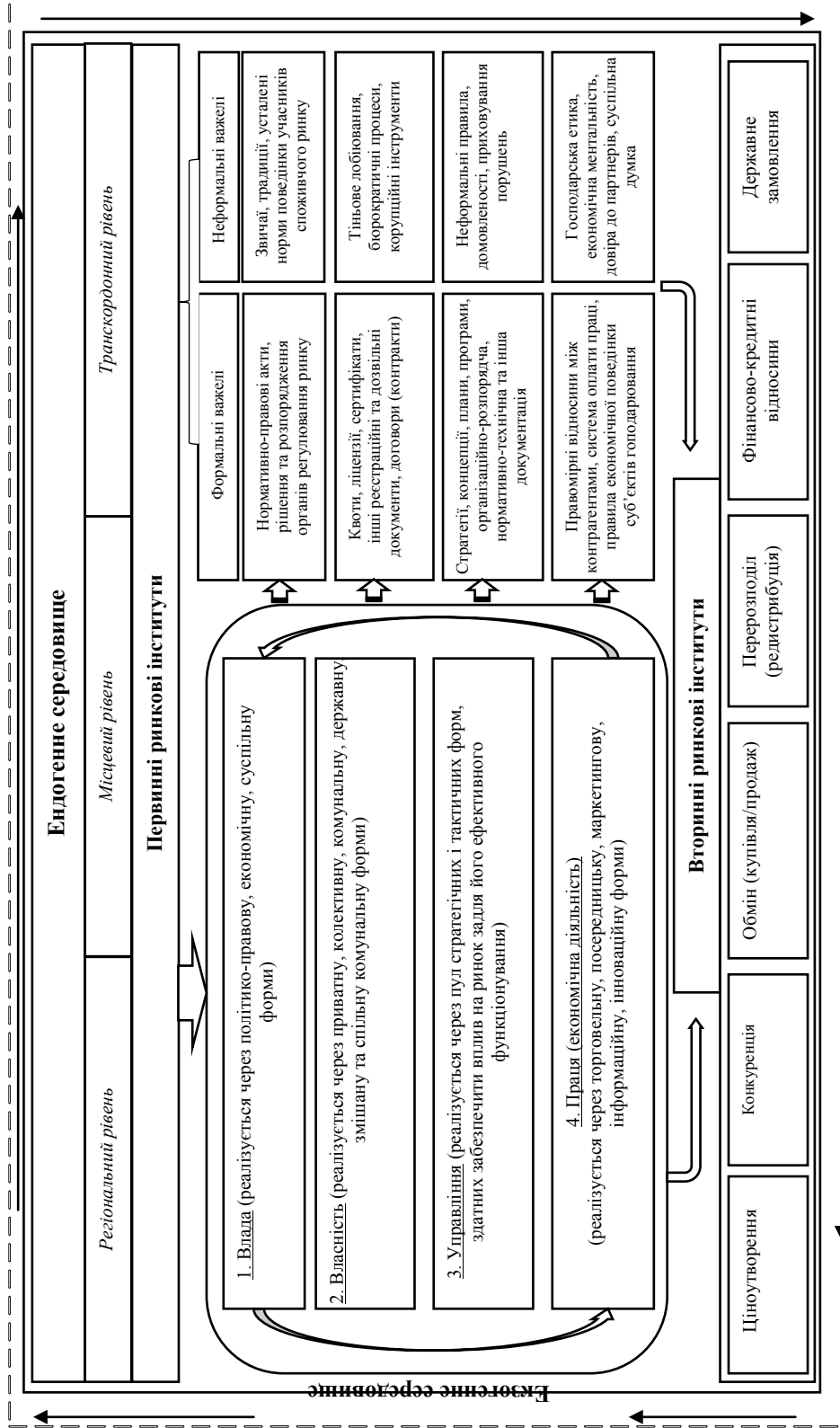


Рис. 2. Структурно-інституційна модель внутрішнього ринку споживчих товарів

Побудовано автором.

функціонування ринку, методи та важелі впливу на економічних агентів (учасників ринку).

Згідно з науковими працями Н. Ільченко, сукупно первинні інститути одночасно визначають і обмежують набір альтернатив, які є в кожного учасника внутрішнього ринку споживчих товарів, вони включають усі форми обмежень, створених людьми для того, щоб надати певну структуру та забезпечити регулювання ринкових відносин. Водночас виділяється низка найважливіших функцій, які виконують первинні інститути, серед яких створення можливостей для задоволення потреб учасників внутрішнього ринку та всіх членів суспільства, забезпечення економічної та соціальної інтеграції відносин, що відбуваються на споживчому ринку, стійкості економічного та суспільного життя, соціалізацію індивідів тощо [9, с. 58-60].

Більшість українських дослідників розглядають у своїх працях ті чи інші особливості первинних елементів структурно-інституційної моделі внутрішнього споживчого ринку, не приділяючи належної уваги іншим інститутам, які є похідними від визначеної квадриади економічних категорій («влада», «власність», «управління», «праця»). До другого блоку інституційних елементів споживчого ринку можна віднести такі вторинні (похідні) складові як «конкуренція», «обмін» (купівля-продаж), «перерозподіл» (редистрибуція), «ціноутворення», «фінансово-кредитні відносини», «державне замовлення» та ін., тобто ті складові, які розкривають процес функціонування внутрішнього ринку споживчих товарів і регулюють особливості його провадження у різних сферах господарювання, що супроводжують ринкову діяльність: фінансово-кредитна, утворення та регулювання цін, отримання та розподіл прибутку тощо.

Дихотомія дослідження внутрішнього ринку споживчих товарів обумовлює важливість акцентування уваги на двох основних важелях впливу первинних інститутів структурно-інституційного моделювання: формальних і неформальних.

Основою формальних важелів є чіткі суспільні норми та правила (у вигляді нормативних, стандартизованих, дозвільних, організаційно-розпорядчих та інших документів), регламентовані чинними положеннями нормативно-правової бази України з боку органів державної влади або їх утворень (на центральному, регіональному, місцевому й транскордонному рівнях).

На основі аналізу досліджень закордонних і вітчизняних учених-економістів можна зробити висновок про тісний зв'язок процесу формалізації та чиновництва, яке в сучасному світі неминуче пов'язано з затягуванням процесів в тій чи іншій формальній діяльності. Наприклад, такі європейські країни, як Італія, Нідерланди, Німеччина та Франція, реалізували за останні сім років основні компоненти реформи регуляторної політики задля подолання негативних наслідків у політичній і соціально-економічній складових життєдіяльності та зниження впливу формалізованих процесів на розвиток малих і середніх суб'єктів ринкового господарювання, які особливо гостро відчували на собі всі прояви бюрократизації.

Існування лише формальних відносин унеможливило би гармонійний розвиток будь-якої ринкової системи, оскільки вони характеризуються ускладненням процесу адаптації учасників внутрішнього ринку до сучасних глобалізованих умов господарювання, тому втілення в життя неформальних важелів первинних інститутів ринку споживчих товарів постає логічним і закономірним.

Неформальні важелі є менш чутливими до проявів екзогенного середовища та засновані на власно здобутих цінностях тієї чи іншої території, оскільки передаються з покоління в покоління та є частиною національної або регіональної спадщини (традиції, релігія, мова, звичаї тощо). Природно, що ці елементи інституційного середовища містять значно більше відмінностей, ніж формальні заходи, тому вкрай важливо для суб'єктів господарювання на кожному рівні

управління започатковувати та розвивати ринкові відносини, насамперед з по- руч розташованими учасниками ринку споживчих товарів через їх однакову ментальність, спільність особливостей соціально-економічного розвитку, моно- спрямованість економічної діяльності та ін. [16, с. 333].

Обидві групи компонентів структурно-інституційного середовища є вкрай важливими для ефективного функціонування внутрішнього ринку споживчих товарів України як у коротко – та середньостроковому (тактичному), так і довгостроковому (стратегічному) періоді, для чого важливо прагнути до збалан- сування формальних і неформальних проявів і їх гармонійної інтеграції у жит- тєдіяльність кожного учасника споживчого ринку (рис. 3).

Структурно-інституційний вимір функціонування ринку споживчих товарів демонструє важливість застосування комплексного підходу до його розвитку, акцентуючи увагу на взаємозалежності всіх інституційних компонентів (пер- винних і вторинних), які, переплітаючись між собою в реальних умовах, здатні забезпечувати гармонійне існування ринку у внутрішньому середовищі. Практи- ка функціонування ринків в ендogenous середовищі доводить недосконалість структури внутрішнього ринку споживчих товарів з огляду на його інституційну розбалансованість, внаслідок якої асиметричність інформації про наявність і склад пропозиції споживчих товарів поєднана з диспропорційністю розподілу споживчого попиту [18, с. 39-40]. Щобільше, основними стейкхолдерами розвит- ку внутрішнього ринку часто несправедливо ігноруються аспекти впливу нефор- мальних інститутів на процес його стратегічного планування, обираючи лише нормативно-правовий орієнтир у цьому питанні.

Не залишає сумнівів той факт, що подібна стратегія поведінки є завідомо програшною для розвитку всього внутрішнього ринку України з огляду на той факт, що вона не враховує інтереси окремих осіб і домогосподарств, які, власне, формують суб'єктну складову внутрішнього ринку споживчих товарів, що постає також негативною передумовою для розвитку регіональних, локальних і транс- кордонних територій, що включені до механізму ринкового функціонування.

**Висновки.** Як наслідок, головні учасники ринково-споживчих відносин не розуміють мотивів і значущості реалізації тих чи інших заходів у контексті розвитку внутрішнього ринку, що може призвести до відкритої зневіри щодо органів центральної та місцевої влади або взагалі до відкритого невиконання тих чи інших положень чинної нормативно-правової бази. Тому в цьому контексті важливо приділити увагу дослідженню саме неформальних важелів впливу на первинні інститути споживчого ринку, оскільки вони можуть діаметрально від- різнитися на українських територіях через історично та ментально сформовані особливості їх розвитку, на відміну від формальних складових, які будуть од- наковими як для розвитку ринку споживчих товарів на регіональному рівні, так і на локальному через приналежність до однієї правової та економічної системи.

Безперечно, у процесі ефективного функціонування внутрішнього ринку споживчих товарів на перший план виходить його інституційне забезпечення, що залежить від сприйняття та виконання конкретних норм і положень, які в багатьох країнах світу закладаються органами центральної та регіональної вла- ди. З іншого боку, мінливі зміни у господарюванні на глобальному рівні зму- шують розставляти акценти ринкового управління не на користь центрального управління, а на користь децентралізаційних процесів, впровадження яких в на- шій країні нині перебуває на завершальній стадії. Демонструючи за останні роки здебільшого позитивні результати, реформа децентралізації сприятиме вільному прийняттю альтернативних рішень у питаннях функціонування внутрішнього ринку споживчих товарів на регіональному, локальному та транскордонному рівнях та, як наслідок, зможе позитивно вплинути на соціально-економічний розвиток їх адміністративно-територіальних одиниць.



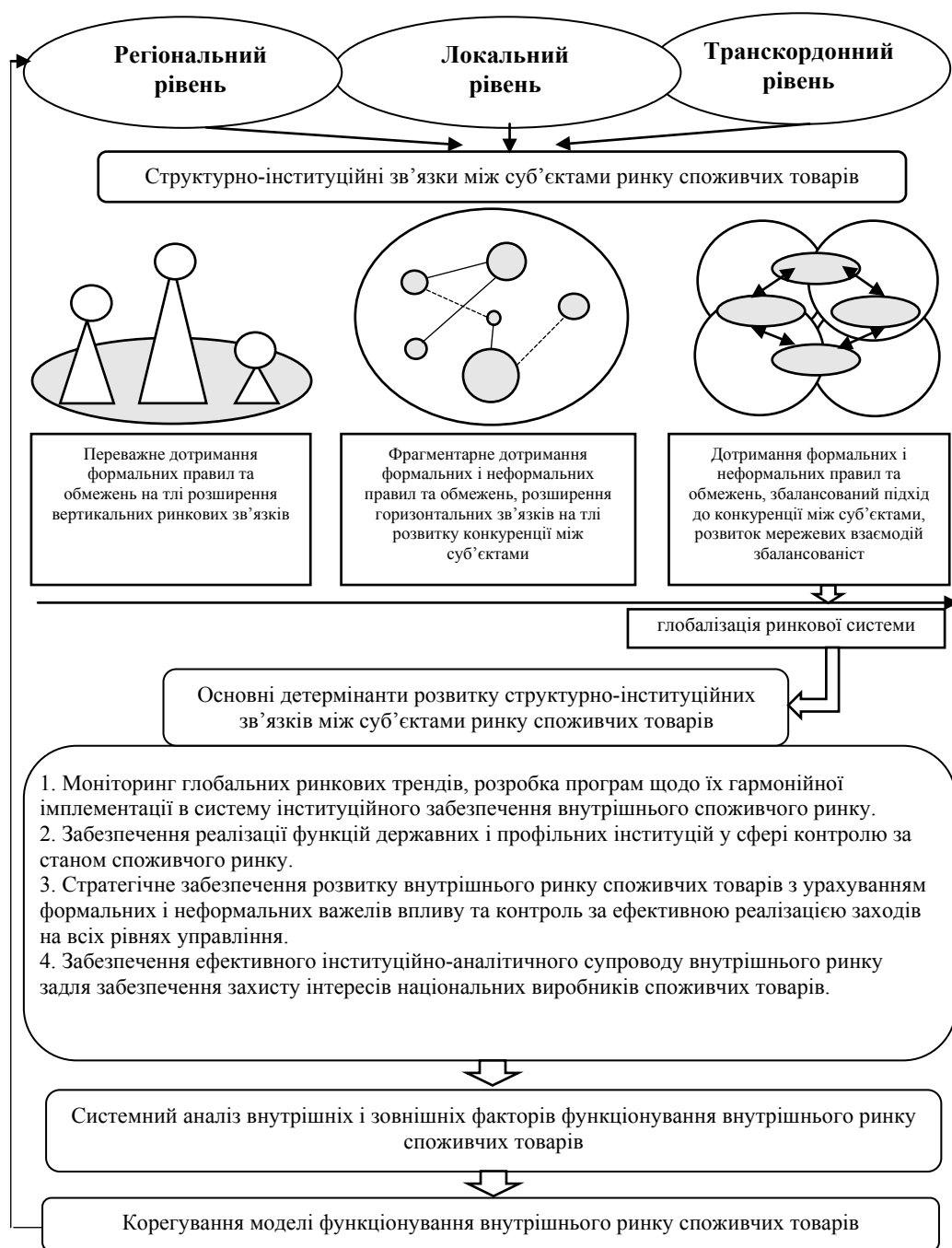


Рис. 3. Композиція формування та розвитку структурно-інституційних зв'язків між суб'єктами внутрішнього ринку споживчих товарів

Удосконалено автором на основі [17, с. 10].

Окрім цього, поряд з розвитком децентралізаційних процесів, які мають прямий вплив на елементи структурно-інституційної моделі внутрішнього ринку споживчих товарів, на теренах багатьох країн світу з розвинутою економікою спостерігається зміщення акцентів від раціонального до соціального регулювання

внутрішнього ринку, що створює передумови для реалізації реформи регулярної політики в нашій країні, яка, доповнюючи реформу децентралізації, зможе принести позитивні результати для всіх учасників ринкових відносин, оскільки надасть їм можливість для самостійного впливу на функціонування тих чи інших формальних і неформальних інститутів ринку споживчих товарів.

**Список використаних джерел:**

1. Кейнс Дж. М. *Общая теория занятости, процента и денег* / [перевод с англ.]. М.: Фонд экономической книги «Начало», 1978. 321 с.
2. Kotler P., Armstrong G., Saunders J., Wong V. *Principles of Marketing*. 2<sup>nd</sup> edition. Cambridge: Prentice-Hall, 1999.
3. Норт Д. *Институты, институциональные изменения и функционирование экономики* / [перевод с англ.]. М.: Фонд экономической книги «Начало», 1997. 180 с.
4. Рикардо Д. *Начала политической экономики и налогообложения*. М.: Директ-медиа, 2007. 327 с.
5. Бланк И. А. *Торговый менеджмент*. К.: Ника-Центр, 2004. 488 с.
6. Геєць В. М., Кінах А. К., Семиноженко В. П. *Інноваційна стратегія українських реформ*. К.: Знання України, 2002. 336 с.
7. Жаліло Я. А. *Теорія та практика формування ефективної економічної стратегії держави*: монографія. К.: НІСД, 2009. 336 с.
8. Кармазіна М., Шурбована О. «Інститут» та «інституція»: проблема розрізнення понять. *Політичний менеджмент*. 2006. №4. С. 10-19.
9. Ільченко Н. М. Методологія дослідження проблем державного управління: інституціональний підхід. *Актуальні проблеми державного управління*. 2011. № 1. С. 56-64.
10. Малиновський В. Я. *Словник термінів і понять з державного управління*. К.: Атіка, 2005. 240 с.
11. Савчук В. С., Якубенко В. Д. Базисні економічні інститути і напрями аналізу їх парних взаємозв'язків. *Економічна теорія*. 2005. № 2. С. 49-63.
12. Morgenthau H. J. *Politics Among Nations. The Struggle for Power and Peace*. Second Edition. Alfred A. Knopf: New York, 1955.
13. Nobel J. W. Morgenthau's Struggle with Power: The Theory of Power Politics and the Cold War. *Review of International Studies*. 1995. Vol. 21. No. 1. P. 61-86.
14. Hart J. A. Three Approaches to the Measurement of Power in International Relations. *International Organization*. 1976. Vol. 30. No. 2. P. 289-305. DOI: <https://doi.org/10.1017/S0020818300018282>.
15. Господарський кодекс України. Закон України від 16.01.2003 р. №436-IV. *Законодавство України*: сайт. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>
16. Рогозян Ю. С. *Формування та реалізація домінуючої стратегії розвитку міжрегіонального економічного співробітництва*: дис. ... д-ра екон. наук. Северодонецьк: Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля, 2019. 473 с.
17. Аюрзанайн А. Б. Формирование институциональной среды в современных процессах развития сетевой экономики. *Экономическая теория*. 2015. № 11(132). С. 7-12.
18. Катран М. В. *Внутрішній ринок споживчих товарів в умовах глобальної конкуренції*: дис. ... канд. екон. наук. Київ: Київський національний торгово-економічний університет, 2017. 270 с.

**References**

1. Keynes, J. M. (1978). *Obshchaya teoriya zanyatosti, protsenta i deneg* [General theory of employment, interest, and money]. Translation from English. Moscow: Fund of the economic books "Beginning". [in Russian].
2. Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J., & Wong, V. (1999). *Principles of Marketing*. 2<sup>nd</sup> edition. Cambridge: Prentice-Hall.
3. North, D. (1997). *Instityut, institutsional'nyye izmeneniya i funktsionirovaniye ekonomiki* [Institutions, institutional changes and the functioning of the economy]. Translation from English. Moscow: Fund of the economic books "Beginning". [in Russian]. [in Russian].
4. Ricardo, D. (2007). *Nachala politicheskoy ekonomii i nalogooblozheniya* [The beginning of political economy and taxation]. Moscow: Direct Media. [in Ukrainian].
5. Blank, I. A. (2004). *Torgovyy menedzhment* [Trade management]. Kyiv: Nika-Center. [in Russian].
6. Heyets, V. M., Kinakh, A. K., & Semynozhenko, V. P. (2002). *Innovatsiyna stratehiya ukrayins'kykh reform* [Innovative strategy of Ukrainian reforms]. Kyiv: Knowledge of Ukraine. [in Ukrainian].
7. Zhalilo, Ya. A. (2009). *Teoriya ta praktyka formuvannya efektyvnoyi ekonomichnoyi stratehiyi derzhavy* [Theory and practice of forming an effective economic strategy of the state]. Kyiv: NISD. [in Ukrainian].
8. Karmazina, M., & Shurbovana, O. (2006). «Instytut» ta «instytutsiyya»: problema rozrizznennya ponyat' ["Institute" and "institution": the problem of distinguishing concepts]. *Politychnyy menedzhment – Political management*, 4, 10-19. [in Ukrainian].
9. Ilchenko, N. M. (2011). Metodolohiya doslidzhennya problem derzhavnoho upravlinnya: instytutsional'nyy pidkhid [Methodology of research of problems of public administration: institutional approach]. In *Aktual'ni*

- problemy derzhavnoho upravlinnya [Actual problems of public administration]:* Vol. 1 (pp. 56-64). [in Ukrainian].
10. Malynovskyy, V. Ya. (2005). *Slovnnyk terminiv i ponyat' z derzhavnoho upravlinnya [Dictionary of terms and concepts of public administration]*. Kyiv: Atika. [in Ukrainian].
  11. Savchuk, V. S., & Yakubenko, V. D. (2005). Bazysni ekonomichni instytuty i napryamy analizu yikh parnykh vzayemozv'yazkiv [Basic economic institutions and areas of analysis of their pairwise relationships]. *Ekonomichna teoriya – Economic Theory*, 2, 49-63. [in Ukrainian].
  12. Morgenthau, H. J. (1955). *Politics Among Nations. The Struggle for Power and Peace*. Second Edition. Alfred A. Knopf: New York.
  13. Nobel, J. W. (1995). Morgenthau's Struggle with Power: The Theory of Power Politics and the Cold War. *Review of International Studies*, 21(1), 61-86.
  14. Hart, J. A. (1976). Three Approaches to the Measurement of Power in International Relations. *International Organization*, 30(2), 289-305. DOI: <https://doi.org/10.1017/S0020818300018282>.
  15. Hospodars'kyi kodeks Ukrainy [Economic Code of Ukraine]. Law of Ukraine, adopted on 2003, Jan 16, 436-IV. *Legislation of Ukraine*: Website. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15> [in Ukrainian].
  16. Rohozyan, Yu. S. (2019). *Formuvannya ta realizatsiya dominuyuchoyi stratehiyi rozvytku mizhrehional'noho ekonomichnoho spivrobitnyctva [Formation and implementation of the dominant strategy for the development of interregional economic cooperation]*. Dr.Sci. in Econ. Dissertation, Odessa, Ukraine. [in Ukrainian].
  17. Ayurzanayn, A. B. (2015). Formirovaniye institutsional'noy sredy v sovremennykh protsessakh razvitiya setevoy ekonomiki [Formation of the institutional environment in modern processes of development of the network economy]. *Ekonomicheskaya teoriya – Economic theory*, 11(132), 7-12. [in Russian].
  18. Katran, M. V. (2017). *Vnutrishniy rynek spozhyvchyykh tovariv v umovakh hlobal'noyi konkurentsii [Domestic market of consumer goods in global competition]*. Ph.D. in Econ. Dissertation, Kyiv National University of Trade and Economics, Kyiv. [in Ukrainian].

**Popadynets N. M. Structural-institutional model of domestic consumer market.**

*Globalization of economic processes stipulates the qualitative changes in the structure of national economic systems, including in such an important component as the domestic consumer market, causing the updating and creating new rules of its functioning. Shifting focus towards the growing role of innovative-informational factors of domestic market development corresponds to the needs of the market economy and modern challenges faced by our country. Therefore, the need to not only analyze the substantive and transformational aspects of domestic consumer market development but to research the issues related to its structural and institutional maintenance grows in relevance. The paper aims to analyze foreign scientific research related to highlighting economic patterns of domestic consumer market functioning and to develop on this basis the structural-institutional model of the domestic consumer market. The paper outlines the nature of the discourse related to “institutes” and “institutions”. The structural-institutional concept of domestic consumer market functioning is determined. The structural-institutional model of domestic consumer market is developed and its exogenous and endogenous environment is defined. The fact that such a model can be implemented through the use of such institutional elements as the market functioning mechanism used as leverage of impact on economic agents (market participants) is emphasized. The composition of forming and development of structural-institutional links between the domestic consumer market entities is suggested. The structural-institutional dimension of domestic consumer market functioning is found to show the importance of the use of the complex approach to its development by the specification of accents on relationships between all institutional components that can secure normal market activity in the domestic environment.*

*Keywords: domestic market, regulation, consumer goods, structural-institutional model, endogenous environment, exogenous environment.*

*Попадинець Назарій Миколайович – кандидат економічних наук, старший науковий співробітник відділу регіональної економічної політики ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долишнього НАН України» (e-mail: [popadynets.n@gmail.com](mailto:popadynets.n@gmail.com), ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7556-6135>).*

*Popadynets Nazariy Mykolayovych – Ph.D. (Econ.), Senior Researcher of the Department of regional economic policy of the Dolishniy Institute of Regional Research of NAS of Ukraine.*

Надійшло 05.01.2020 р.